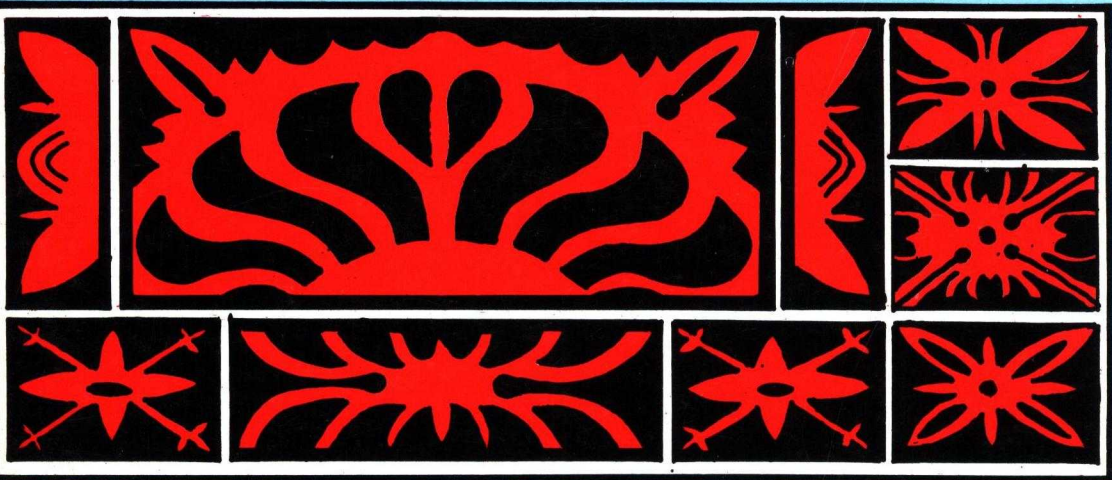




Milik Dep. DIKBUD.
Tidak diperdagangkan

**DAMPAK PEMBANGUNAN EKONOMI (PASAR)
TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT DAERAH
DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA**



DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

**DAMPAK PEMBANGUNAN EKONOMI (PASAR)
TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL BUDAYA
MASYARAKAT DAERAH
DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA**

TIM PENELITIAN/PENULIS :

1. Dra.SUNARTI : Ketua Aspek
2. HERIZULKARNEN SH. : Anggota

EDITOR

Drs.H. AS NASUTION

DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
BAGIAN PROYEK PENGKAJIAN DAN PEMBINAAN NILAI - NILAI BUDAYA
DAERAH KHUSUS IBUKOTA JAKARTA
TAHUN 1994/1995

PRAKATA

Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-Nilai Budaya (P2NB) DKI Jakarta yang telah menggali dan mencetak naskah-naskah kebudayaan Daerah DKI Jakarta demi nilai-nilai luhur budaya bangsa dalam rangka memperkuat penghayatan dan pengamalan Pancasila demi tercapainya ketahanan Nasional di bidang sosial budaya.

Pada tahun 1994/1995 Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-Nilai Budaya DKI Jakarta mencetak naskah hasil penelitian tahun 1993/1994 berjudul :

“Dampak pembangunan ekonomi (Pasar) terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat daerah Daerah Khusus Ibukota Jakarta”

Dengan diterbitkannya buku ini, tak lupa kami mengucapkan banyak terima kasih atas bantuan dan bimbingan Bapak Direktur Ditjarahnitra, Bapak Gubernur KDKI Jakarta beserta aparatnya, Bapak Pemimpin Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-Nilai Budaya Pusat, Bapak Kepala Kanwil Depdikbud KDKI Jakarta dan seluruh Tim Peneliti serta semua pihak yang telah berperan serta sehingga berhasilnya penerbitan buku ini. Sudah barang tentu buku ini masih terdapat beberapa kekurangan baik isi maupun penyajiannya, untuk itu saran yang bersifat membangun dari semua pihak sangat kami harapkan. Mudah-mudahan buku ini bermanfaat bagi kita semua.

Jakarta, Juli 1994

Pemimpin Bagian Proyek P2NB
DKI Jakarta,

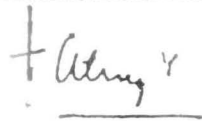


Drs. H. As. NASUTION
NIP.130232972.-

**KATA SAMBUTAN KEPALA KANTOR WILAYAH
DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
DAERAH KHUSUS IBU KOTA JAKARTA**

1. Bahwa budaya suatu bangsa merupakan kekayaan dan sekaligus merupakan jati diri bagi bangsa yang bersangkutan . Khasanah budaya bangsa Indonesia sedemikian tinggi, baik keluhurannya, jumlahnya, jenis maupun corak ragamnya, kesemuanya itu merupakan kekayaan yang harus dipelihara, dilestarikan dan diwariskan kepada generasi berikutnya.
2. Salah satu pendekatan untuk mewujudkan butir 1 diatas adalah menulis dan atau membukukannya untuk kemudian disebarkan .
3. Oleh karena itu saya hargai dan sambut baik kegiatan Bagian Proyek Pengkajian dan Pembinaan Nilai-Nilai Budaya (P2NB) DKI Jakarta yang menerbitkan naskah yang menggambarkan, “Dampak pembangunan ekonomi (pasar) terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat daerah D. K. I Jakarta” , -
4. Saya memahami bahwa materi dari naskah buku tersebut masih jauh daripada lengkap dan sempurna . Oleh karena itu setiap upaya dari manapun datangnya dan bermaksud menyempurnakan, jelas akan disampaikan terima kasih dan penghargaan.
5. Akhirnya semoga penerbitan naskah ini mencapai tujuannya.

Jakarta, Medio Juli 1994



Drs. H. TATING KARNADINATA.
NIP. 130055833

DAFTAR ISI

P R A K A T A	iii
KATA SAMBUTAN KA.KANWIL DEPDIKBUD DKI JAKARTA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR PETA	ix
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR FOTO	ix
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Metode Penelitian	4
1.5 Ruang Lingkup	4
1.6 Pertanggung Jawaban Penelitian	4
 BAB II. GAMBARAN UMUM KOTA DAN DAERAH PENELITIAN	 7
2.1 Gambaran Umum Kota	7
2.2 Gambaran Umum Daerah Penelitian	11
2.2.1 Sejarah Pasar	11
2.2.2 Keadaan Fisik Pasar	14
 BAB III. INSTITUSI PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN	 17
3.1. Kepala P.4. I	17
3.2. Kepala Cabang	19
3.3. Kepala Pasar	19
3.4. Kondisi Sosial, Ekonomi dan budaya pedagang	24
3.5. Suku Bangsa	24
3.6. Pekerjaan Orang Tua, Pekerjaan sebelum berdagang dan Pekerjaan Sampingan	25
3.7. Pendidikan	25
3.8. Modal	26
3.9. Hubungan Sosial	29
3.10. Perilaku Konsumen	31
 BAB IV. DAMPAK PEMBANGUNAN EKONOMI (PASAR) TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT DAERAH.....	 39
4.1. Perkantoran	40
4.2. Pembangunan Pasar	42
 BAB V. ANALISA, KESIMPULAN DAN SARAN	 55
DAFTAR KEPUSTAKAAN	63
LAMPIRAN	65

DAFTAR PETA

1. Peta Wilayah kelurahan Cempaka Putih barat Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat
2. Peta Wilayah Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat
3. Peta Wilayah Propinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel	II.	1. Jumlah Penduduk
Tabel	II.	2. Komposisi Penduduk Menurut Umur
Tabel	II.	3. Jenis Mata Pencanharian Hidup
Tabel	II.	4. Pemeluk Agama
Tabel	II.	5. Sarana Pendidikan
Tabel	III.	1. Penggolongan Jenis Pekerjaan Konsumen
Tabel	III.	2. Waktu Kerja Konsumen
Tabel	III.	3. Penggolongan Tingkat Pendidikan Konsumen
Tabel	III.	5. Penggolongan Jenis Pekerjaan Suami
Tabel	III.	6. Penggolongan Tingkat Pendidikan Suami
Tabel	III.	7. Penggolongan Tingkat Pendapatan Keluarga
Tabel	III.	8. Frekuensi Belanja di Pasar Swalayann /Bulan

DAFTAR FOTO

1. Foto 1. Kantor Camat Cempaka Putih
2. Foto 2. Kantor Lurah Cempaka Putih Barat
3. Foto 3. Jalan Menuju Pasar Inpres Cempaka Putih Serta Alat Transportasi
4. Foto 4. Pasar Cempaka Putih Dengan Mobil Dinas Keliling
5. Foto 5. Jalan Pemisah Antara Pertokoan dan pasar Inpres Cempaka Putih
6. Foto 6. Komplek Pertokoan Cempaka Putih Yang Berdampingan Dengan Pasar Inpres Cempaka Putih
7. Foto 7. Perdagangan Sayur Pada Saat Diturunkan Dari Mobil
8. Foto 8. Perdagangan Sayur Setelah Didistribusikan Ke Pedagang Kecil
9. Foto 9. Alat Pengangkut Dagangan Para Pedagang Di Pasar Inpres Cempaka Putih

- | | |
|----------|---|
| 10. Foto | 10. Perumahan Elite Di Kawasan Cempaka Putih Yang Penghuninya Sebagai Konsumen Di Pasar Inpres Cempaka Putih |
| 11. Foto | 11. Koperasi Pedagang Pasar Cempaka Putih |
| 12. Foto | 12. Keranjang Ayam Sebagai Wadah Untuk Mendistribusikan Ayam Keseluruh Wilayah DKI Jakarta |
| 13. Foto | 13. Mushalla Salah Satu Sarana Pelengkap Pasar Inpres Cempaka Putih |
| 14. Foto | 14. Poliklinik Salah Satu Sarana Kesejahteraan Di Pasar Inspres Cempaka Putih |
| 15. Foto | 15. WC Yang Sudah Tua Tapi Tetap Terawat |
| 16. Foto | 16. Peletakan Alat- Alat Yang Kurang Pada Tempatnya Menyebabkan Los Pasar Menjadi Sempit |
| 17. Foto | 17. Suasana Berbelanja Dipasar Inspres Cempaka Putih |
| 18. Foto | 18. Los Pasar Yang Sarat Dan Perlu Diperbaiki |
| 19. Foto | 19. Halaman Parkir Pasar Inspres Cempaka Putih Saat Sepi |
| 20. Foto | 20. Trotoar Jalan Yang Digunakan Sebagai Tempat Parkir Pengunjung Pada Saat Pengunjung Penuh |
| 21. Foto | 21. Talang Penahan Air Yang Bocor Penyebab Lantai Pasar Lembab |
| 22. Foto | 22. Bak Sampah Tempat Penampungan Sampah Para Pedagang |
| 23. Foto | 23. Keadaan Lantai Pasar Yang Lembab Dan Sarat |
| 24. Foto | 24. Tumpukan Sampah Para Pedagang Sebelum Di angkut Ke Bak Sampah |
| 25. Foto | 25. Suasana Perdagangan Di Pasar Inspres Cempaka Putih |
| 26. Foto | 26. Suasana Jual Beli. "Daging Segar" Di Pasar Inspres Cempaka Putih |
| 27. Foto | 27. Suasana Jual Ikan Segar Di Pasar Inspres Cempaka Putih |
| 28. Foto | 28. Tumpukan Tempurung Kelapa Yang Menghambat Jalan Masuk |
| 29. Foto | 29. Pemandangan Perdagangan Ayam Di Pasar Inspres Cempaka Putih Yang Merupakan Perdagangan Grosir Untuk Kebutuhan Seluruh DKI Jakarta |
| 30. Foto | 30. Penataan Pasar Yang Kurang Rapi Menyebabkan Rasa Enggan |
| 31. Foto | 31. Slogan Kebersamaan Dipasar Inspres Cempaka Putih |
| 32. Foto | 32. Wajah Ceria Menanti Pembeli |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pasar dalam pengertian ekonomi adalah pertemuan antara penawaran dan permintaan, yaitu ada yang menawarkan barang dan yang menginginkannya. Dalam pengertian fisik, pasar adalah tempat bertemunya pedagang atau penjual dan pembeli atau konsumen. Kalau Kita telusuri sejak awal terjadinya Pasar baik pengertian fisik maupun non fisik, apakah pengertian diatas memang tepat, dan dalam perkembangan jaman seperti sekarang ini pengertian tersebut perlu direnungkan kembali.

Dalam ekologi manusia terutama yang menyangkut soal budaya, manusia mula-mula berladang atau berburu hanya untuk dirinya sendiri, lalu berkembang untuk keluarganya, dan dengan kemajuan budaya hasil ladang atau hasil berburu terdapat kelebihan dan perlu ditukar dengan yang lain , seperti pakaian, senjata dan lain-lainnya. Waktu itu belum ada uang sebagai tanda pembayaran dan belum ada alat untuk tukar menukar. Tempat yang dipakai untuk menukar tentunya lahan dimana mereka tempati. Budaya tukar menukar tentunya diikuti dengan tegur sapa, bercengkerama, karena belum adanya sarana transport, mereka harus berjalan kaki dari tempat yang jauh dan ditempuh dengan jalan kaki. Jadi tempat tukar menukar sekaligus merupakan tempat berinteraksi antara pihak yang mengadakan pertukaran

Berkembangnya kebudayaan tukar menukar ini kemudian terciptalah mata uang sebagai tanda pembayaran, dan barang dagangannya pun kemudian disebut komoditi. Hal ini disebabkan karena tidak semua orang meneruskan budaya berladang dan berburu, Karena telah meningkatkan diri sebagai penjual jasa seperti membungkus barang dan mengirimkannya atau memasarkannya ditempat lain. Dari segi ini lahirlah beberapa kegiatan, diantaranya kegiatan promosi, yaitu cara menawarkan dengan membuat barang dagangan menjadi menarik pembeli.

Setiap perkembangan dan usaha pembaharuan pada hakekatnya senantiasa menimbulkan harapan- harapan dan tantangan -tantangan. Masyarakat yang sedang berada dalam proses pembangunan tidak bisa menghindari dari kenyataan tersebut. Dengan demikian sukar untuk disangkal bahwa usaha untuk membangun oleh suatu

masyarakat itu sejalan dengan pengertian menghadirkan beban dan persoalan - persoalan baru yang harus di hadapi dan dicarikan penyelesaiannya.

Diawali pada tahun 1969, pemerintah mulai melaksanakan pembangunan bertahap dan berencana yang di kenal dengan PELITA (Pembangunan Lima Tahun). Pelita demi pelita telah kita rasakan manfaatnya dan sampai saat ini telah empat tahap kita lalui. Pelita tahap kelima hampir kita akhiri dan selanjutnya kita songsong PJPT II. Dengan meneliti perjalanan selama ini tentu di ungkapkan bahwa pelaksanaan pelita tersebut telah menimbulkan pelbagai akibat sebagai wujud dari pengaruh pembangunan itu sendiri. Pengaruh pembangunan tersebut secara sadar diakui tidak hanya terjadi pada masyarakat perkotaan saja tetapi masyarakat pedesaan pun turut mengalami.

Orang senantiasa berhasrat besar akan adanya usaha pembaharuan, terutama jika pembaharuan itu dimaksudkan untuk memperbaiki atau meningkatkan kesejahteraan. Linton (1959) mengatakan bahwa semua masyarakat dan kebanyakan orang akan menerima dengan senang hati segala usaha yang dimaksudkan untuk memperbaiki keadaan ekonomi mereka selama usaha itu tidak lebih banyak mendatangkan kesulitan dan bukan tidak beralasan.

Perbaikan jalan, pembangunan pasar-pasar memungkinkan masyarakat memperoleh kemudahan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari, kemudahan transportasi dan kelancaran Informasi. Pasar Cempaka Putih di kotamadya Jakarta Pusat misalnya, sangat didukung keberadaannya oleh masyarakat sekitar karena kemudahan dan manfaat dari pasar tersebut.

1.2. Masalah

Kalau mendengar kata pasar, ingatan kita adalah tempat yang penuh dengan manusia , pengap, kotor dan sering kurang aman. Citra seperti ini perlu diperbaiki dan di tingkatkan menjadi hal yang menarik, dengan merenungkan fungsi pasar yang pernah ada, dan bahkan memperbaiki serta mengembangkannya.

Pasar pada mulanya tumbuh dan dikembangkan oleh masyarakat sendiri, bukan disediakan oleh pemerintah atau badan-badan lainnya, sedang sekarang ini pasar dibangun oleh pemerintah atau swasta kemudian pedagang tinggal memakainya. Sekalipun pedagang bukan merupakan pemilik bangunan, tetapi dalam suatu hari sedikitnya dalam dua belas jam tinggal dipasar untuk menunggu dagangannya. Dengan demikian para pedagang selama dua belas jam itu bertanggung jawab atas baik dan buruknya pasar yang mereka tempati, sedang para pengelola yang hanya beberapa orang, hanyalah sebagai sarana atau alat administrasi. Ada teori yang mengatakan bahwa baik buruknya hubungan sosial antar masyarakat tergantung dari kualitas lingkungan mereka tinggal.

Lingkungan para pedagang adalah pasar, sedang teman berinteraksi adalah sesama pedagang dan konsumen . Kalau lingkungan fisik pasarnya buruk, maka akan mengakibatkan kehidupan sosial para pedagang cenderung kearah kurang baik, dan cenderung terjadi gangguan -gangguan sosial dan sikap masa bodoh terhadap lingkungannya. Bila ini terjadi, yang paling awal menderita kerugian adalah Pedagang . kemudian akan dirasakan oleh para konsumen, selanjutnya lingkungan yang lebih luas termasuk para pemasok, para pedagang eceran dan lain-lain.

Di atas telah dikatakan bahwa pasar memungkinkan masyarakat memperoleh kemudahan untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari. dengan kata lain pasar itu berfungsi ekonomi bagi masyarakat sekitarnya. Pasar juga merupakan arena pertemuan antara penjual dan pembeli, dengan latar belakang yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Hal ini dapat dikatakan bahwa pasar mempunyai peranan sosial dan Budaya Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah seberapa jauh pengaruh ekonomi pasar dan bagaimana dampaknya terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat didaerah.

1.3. Tujuan

Disamping peranan pasar yang cukup kompleks, seperti pelayanan sosial, pusat kegiatan ekonomi, pusat kegiatan kebudayaan dan lain-lain, pasar juga memerlukan perhatian tersendiri karena berkaitan erat dengan masalah tata kota. Oleh karena itu penelitian tentang pasar mendapatkan perhatian yang cukup mendalam.

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Ingin mengetahui sejauh mana masalah-masalah yang di hadapi oleh para pedagang dalam kapasitasnya sebagai penyediaan barang kebutuhan dan pembeli dalam kapasitas kedudukannya sebagai Konsumen.
2. Ingin mengetahui berbagai masalah yang dihadapi pasar sebagai satu kesatuan organisasi secara keseluruhan, dalam hal ini adalah sistem penyediaan barang kebutuhan yang dihubungkan dengan pengaruh atau kondisi dari para pembeli.
3. Ingin mengetahui sejauh mana keberadaan pasar tersebut berpengaruh bagi masyarakat sekitarnya.

Lebih jauh kajian ini diperlukan sebagai bahan masukan untuk memperkecil kemiskinan dengan mengembangkan kebijaksanaan yang dapat diterapkan untuk membuka peluang masyarakat didaerah dalam meningkatkan kesejahteraan hidup dan peran serta mereka dalam pembangunan nasional.

1.4. Metode Penelitian

Pada dasarnya metode penelitian yang digunakan dalam rangka pengumpulan data adalah pendekatan secara kualitatif dan kuantitatif dengan menyebarkan daftar pertanyaan (kuisioner). Disamping itu juga menggunakan pedoman wawancara, untuk mendapatkan data melalui wawancara (interview). Pedoman wawancara dimaksud untuk menjaga keakuratan wawancara.

1.5. Ruang Lingkup

Masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah mengenai “Dampak Pembangunan Ekonomi (Pasar) Terhadap Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Daerah”.

Penelitian ini dilakukan di Rw 03 Kelurahan Cempaka Putih Barat, Kecamatan Cempaka Putih, Kotamadya Jakarta Pusat. Adapun alasan ditetapkannya Pasar Cempaka Putih sebagai obyek penelitian adalah:

1. Pasar tersebut dibangun/berdiri lebih dari sepuluh tahun yang lalu .
2. Para pedagang di pasar tersebut terdiri dari pedagang yang menjajakan barangnya dengan cara tradisional (digelar di tanah) dan pedagang yang modern.
3. Data-data yang dapat dikumpulkan cukup representatif .
4. Pasar tersebut menyediakan berbagai kebutuhan hidup sehari hari masyarakat secara lengkap sehingga masyarakat disekitar pasti memanfaatkan pasar tersebut secara optimal.
5. Setiap hari penulis melewati daerah pasar tersebut sehingga pengamatan bisa dilakukan secara lebih mendalam.

1.6. Pertanggungjawaban Penelitian

Pelaksanaan mengenai aspek Dampak Pembangunan Ekonomi (Pasar) terhadap Kehidupan Sosial Budaya Masyarakat Daerah ini pada dasarnya terbagi dalam beberapa tahap kegiatan.

Tahap -tahap tersebut adalah :

a. Tahap Persiapan Penelitian

jadwal yang dibuat adalah sebagai berikut :

Bulan Mei sampai Juni 1993 adalah Studi Kepustakaan .

Bulan Juli sampai Agustus 1993 adalah pengumpulan dan pengolahan data.

Bulan September dan Oktober 1993 adalah tahap penulisan naskah.

Bulan Nopember 1993 sampai Januari 1994 adalah tahap evaluasi dan naskah.

Bulan Januari 1994 penyerahan naskah.

Pada tahap studi kepustakaan dibuat pula pedoman wawancara yang berguna untuk para peneliti saat terjun kelapangan mengumpulkan data , penentuan lokasi dan survey pun di lakukan pada tahap pertama ini. Di samping itu juga mengurus masalah perijinan.

b. Tahap Pengumpulan Data

Metode penelitian yang dipakai adalah kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara. Pedoman wawancara di gunakan untuk pegangan pada saat wawancara di lakukan .Data yang di kumpulkan diambil antara lain dari pedagang , para pembeli, aparat pemerintah dan aparat pasar serta masyarakat sekitar pasar.

Observasi ditujukan pada kegiatan yang terjadi baik di lingkungan pasar yang bersangkutan maupun masyarakat sekitar pasar itu sendiri

c. Tahap Pengolahan Data

Tahap ini dilakukan apabila data-data yang diperlukan telah terkumpul semuanya. Data-data diolah sesuai dengan sasaran yang ingin di capai kemudian ditulis dalam bentuk laporan sementara. Laporan sementara ini kemudian dievaluasi kemungkinan masih ada kekurangan datanya. Apabila hal ini terjadi kemungkinan untuk kembali kedaerah penelitian masih dapat dilakukan.

d. Tahap Penulisan Laporan

Bila tahap pengolahan data telah selesai maka tahap selanjutnya adalah tahap penulisan. data-data yang telah lengkap tersebut kemudian ditulis. susunannya disesuaikan dengan kerangka dasar penelitian. Naskah ini terdiri dari lima bab dilengkapi dengan lampiran dan daftar kepustakaan. Kelima bab tersebut adalah:

- Bab I : bab ini berisi pendahuluan, yaitu latar belakang yang menjadi landasan dari penelitian ini serta penjelasan kegiatan penelitian hingga tersusunnya naskah ini.
- Bab II : adalah gambaran umum daerah penelitian, berisi tentang keadaan penduduk, keadaan ekonomi, latar belakang sosial masyarakat, sejarah pasar, keadaan fisik pasar.
- Bab III : institusi pasar dan perilaku konsumen. Hal-hal yang termasuk dalam bab ini adalah lembaga pasar itu sendiri, kultur pedagang, golongan umur pedagang, status marital dan tanggungan keluarga, suku bangsa pedagang, pendidikan, modal usaha dan lain-lain yang berkenaan dengan perilaku konsumen, antara lain cara berbelanja, tempat berbelanja (diswalayan atau dipasar tradisional) baik kebutuhan sehari-hari sandang atau barang mewah.

Bab IV : adalah dampak pembangunan ekonomi (pasar) terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat daerah. Isi dari bab ini pada dasarnya adalah manfaat dari pasar itu sendiri bagi kepentingan masyarakat daerah yang bersangkutan dalam kaitannya dengan peranan ekonomi dan budaya yang dimiliki oleh pasar.

Bab V : analisa, kesimpulan, dan saran.

BAB II

GAMBARAN UMUM KOTA DAN DAERAH PENELITIAN

2.1. Gambaran Umum Kota

Pada tanggal 28 Agustus 1961 (Penetapan Presiden No.2 tahun 1961) status Kotapraja Jakarta raya ditingkatkan menjadi Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Wilayah DKI Jakarta terhampar di dataran antara $49^{\circ}45'-94^{\circ}05'$ bujur timur dan $0^{\circ}68'-11^{\circ}15'$ lintang selatan. luas daratannya 577 Km^2 (1974) dan luas lautnya $61.997,55 \text{ Km}^2$. Pada tahun 1974 dengan perahlihan Pemerintah no.4, luas wilayah DKI bertambah menjadi $587,62 \text{ Km}^2$ dengan dimasukkannya sebagian wilayah kabupaten Bekasi dan Tangerang.

DKI Jakarta beriklim panas dengan suhu rata-rata sepanjang tahun adalah 27° celcius. Curah hujan rata-rata 200 mm dan jumlah maksimum pada bulan Januari . Angin muson barat dan angin muson timur berpengaruh pada kota Jakarta. Pada bulan Nopember sampai April bertiup angin muson barat sedangkan bulan Mei sampai dengan Oktober bertiup angin muson timur.

Secara Administratif wilayah DKI dibagi dalam 5 wilayah kota yaitu Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Timur, Jakarta Barat dan Jakarta Selatan. (berdasarkan lembaran Daerah No.4 tahun 1966)

Penelitian ini difokuskan di kelurahan Cempaka Putih Barat, Kotamadya Jakarta Pusat, mengingat Pasar Cempaka Putih terletak di wilayah ini. Menurut sejarah daerah , Cempaka putih pada jaman dahulu merupakan daerah yang anker dan rawan, berupa rawa-rawa tempat orang membuang mayat. oleh karena itu tidak semua orang berani melewati daerah ini pada waktu malam hari. Namun demikian , pada perkembangan selanjutnya daerah Cempaka Putih menjadi salah satu tempat pemukiman yang elite.Didaerah Cempaka Putih berdiri perumahan yang diperuntukan bagi karyawan suatu instansi. Namun demikian banyak pula berdiri rumah-rumah penduduk pada umumnya yang belum permanen sifatnya. secara administratif kelurahan Cempaka Putih Barat dibatasi oleh :

1. Sebelah Utara : Jalan Letjen Suprpto (Kel.Kemayoran)
2. Sebelah Selatan : Jalan percetakan Negara (Kel.Rawasari)
3. Sebelah Timur : Kali Utan Kayu (Kel.Cempaka Putih Timur)
4. Sebelah Barat : Jalan pangkalan Asem dan Jalan Mardani raya (Kel. Galur, Kampung Rawa dan Johar Baru).

Kelurahan Cempaka Putih Barat merupakan pemecahan wilayah dari kelurahan Cempaka Putih . Berdasarkan Surat Keputusan Gubernur DKI Jakarta No.D.1.8.1/1/1974 tanggal 8 Januari, Kelurahan Cempaka Putih Barat dan Kelurahan Cempaka Putih Timur.

Luas wilayah Kelurahan Cempaka Putih Barat adalah 121,85 Ha terdiri dari 13 Rukun warga dan 149 Rukun tetangga. Menurut sensus penduduk tahun 1990 penduduk Kelurahan Cempaka Putih Barat berjumlah 38,108 jiwa . Jumlah penduduk ini sudah termasuk para penduduk musiman, pembantu rumah tangga, pedagang keliling dan lain-lain. Sedangkan penduduk tetap berjumlah 36.754 jiwa, dengan rinciannya sebagai berikut :

TABEL II.I
Jumlah Penduduk

No	Rw	WNI			WNA			Jumlah
		LK	PR	Jml	LK	PR	Jml	
1.	001	1.918	1.731	3.649	3	-	3	3.652
2.	002	1.908	1.796	3.704	3	-	3	3.707
3.	003	1.387	1.320	2.707	-	-	-	2.707
4.	004	1.411	1.724	3.135	-	-	-	3.135
5.	005	1.091	1.170	2.261	-	-	-	2.261
6.	006	1.182	1.203	2.385	-	-	-	2.385
7.	007	1.297	1.676	2.973	5	2	7	2.980
8.	008	1.503	1.450	2.953	-	-	-	2.953
9.	009	1.104	1.012	2.216	-	-	-	2.216
10.	010	1.524	1.499	3.023	2	3	5	3.028
11.	011	1.237	1.300	2.537	-	-	-	2.537
12.	012	1.773	1.670	2.443	-	-	-	2.443
13.	013	1.050	800	1.850	-	-	-	1.850
Jumlah		18.385	18.351	36.736	13	5	18	36.754

Sumber : Laporan Lurah Cempaka Putih Barat, 16 April 1993

Tabel II.2
Komposisi Penduduk Menurut Umur adalah sebagai berikut :

No	Umur	WNI			WNA			Jumlah
		LK	PR	JML	LK	PR	JML	
1.	0-4	1.610	1.429	3.039	-	-	-	3.039
2.	5-9	1.715	1.582	3.297	-	-	-	3.297
3.	10-14	1.936	1.528	3.464	1	-	-	3.465
4.	15-18	2.125	1.823	3.948	1	-	1	3.949
5.	20-24	2.142	2.359	4.501	-	-	-	4.501
6.	25-29	2.644	2.215	4.859	1	1	2	4.861
7.	30-34	2.257	2.088	4.346	-	-	-	4.346
8.	35-39	1.530	2.497	4.027	1	-	1	4.028
9.	40-44	1.250	1.357	2.607	2	1	3	2.610
10.	45-49	795	694	1.489	2	-	2	1.491
11.	50-54	235	274	509	2	1	3	512
12.	55-59	249	294	543	1	2	3	546
13.	60-64	202	229	431	1	-	1	432
14.	65-69	194	195	389	1	-	1	390
15.	70-74	151	150	301	-	-	-	301
16.	75	37	54	91	-	-	-	91
Keatas								
Jml.		18.416	18.320	36.736	13	5	18	36.754

Sumber : Laporan kelurahan Cempaka Putih Barat , April 1993

Apabila dilihat penyebarannya maka kepadatan penduduk Kelurahan Cempaka Putih Barat adalah Kurang lebih 32.000/Km². Sedangkan mobilitas penduduknya yang terekam sebagian besar disebabkan oleh faktor urbanisasi, artinya banyak sebagian besar pindah ke daerah lain yaitu sebesar 531 orang (271 laki-laki dan 260 perempuan). Sedangkan jumlah penduduk pendatang adalah 501 orang terdiri dari 285 laki-laki dan 216 perempuan.

Penduduk Kel. Cempaka Putih Barat tinggal di rumah-rumah baik yang sudah permanen , semi permanen maupun sementara. Rumah berbentuk semi permanen lebih banyak jumlahnya jika dibandingkan dengan rumah permanen atau sementara. Data tepatnya adalah sebagai berikut : Rumah permanen berjumlah 1.256 buah, semi permanen 1.469 dan Sementara 774. Jumlah keseluruhannya adalah 3.499 buah rumah.

Status tanah di sini paling banyak berupa tanah negara yaitu 61,00 ha (50,05%), tanah milik adat 51,12 ha (41,94%), tanah wakaf 2,08 ha (1,70%) dan lain-lain 2,66 ha

(2,19%). Bila dilihat peruntukannya maka tanah di gunakan sebagian besar untuk perumahan, seluas 75,38 ha (61,85%), fasilitas umum 27,03 ha (22,27%), Industri 10,12 ha (8,30 %) dan lain-lain 9,34 ha (7,66%). Peruntukan tanah lain-lain disini adalah sarana pasar/toko - toko. Di kelurahan CPB terdapat pasar - pasar yang menyediakan barang-barang kelontong, pakaian jadi, sayuran dan lain-lain yaitu di pasar inpres Cempaka dan inpres Gembrong. Sedangkan toko /pasar kelontong dan toserba ada di pertokoan Cempaka.

Sistem Mata Pencaharian Hidup

Jenis mata pencaharian hidup penduduk Kelurahan CPB adalah ABRI/PNS/ Karyawan, buruh dagang dan lain-lainnya. Sedangkan yang paling banyak diminati adalah pekerjaan lain-lain dan buruh. Prosentase jenis mata pencaharian hidup dapat dilihat dalam tabel berikut ini :

Tabel II.3
Jenis Mata Pencaharian Hidup

No.	Mata Pencaharian	Jumlah	%
1.	ABRI/PNS/Karyawan	3.605	09,73
2.	Buruh	11.510	31, 33
3.	Dagang	2.451	06.56
4.	Lain-lain	19.191	52.37

Sumber : Laporan Lurah CPB, April 1993

Adapun sarana pendidikan yang tersedia adalah sekolah mulai dari sekolah dasar hingga sekolah lanjutan atas bahkan adapula sekolah tinggi filsafat .Sarana kesehatan mulai dari puskesmas, rumah sakit hingga dokter praktek ada. Sarana peribadatan ada gereja dan mesjid. jumlah gereja ada dua buah karena prosentase penduduk yang beragama Nasrani tidak sebanyak penduduk yang beragama Islam. Di bawah ini bisa dilihat prosentase pemeluk agama di Kelurahan CPB.

Tabel 11.4.
Pemeluk Agama

No.	Agama	Jumlah	%
1.	Islam	33.199	90.77
2.	Kristen	1.635	4.47
3.	Katolik	1.540	4.21
4.	Hindu	191	0.31
5.	Budha	180	0.21
6.	Lain-lain	9	0.03
	Jumlah	36.754	100.00

Sumber : Laporan Lurah CPB, April 1993

Disamping sarana-sarana sosial yang telah disebutkan diatas, di kelurahan CPB juga terdapat sarana rekreasi (Bioskop) dan sarana olah raga (Rawasari Country Club). Namun demikian tidak semua penduduk bisa menikmatinya karena sarana rekreasi dan olahraga tersebut hanya diperuntukan bagi mereka kalangan tertentu saja.

Sarana pendidikan yang terdapat di CPB ber Status negeri dan swasta, mulai dari SD hingga P.T. Untuk lebih jelasnya bisa dilihat pada tabel berikut .

Tabel II.5
Sarana Pendidikan

		Jml.Siswa	Jml.Ged	Jml.Guru
SD	Negeri	5.412	11	94
	Swasta	838	3	42
SLTP	Negeri	1.299	2	47
	Swasta	1.942	4	63
SLTA	Swasta	1.424	2	36
ST.Fil	Swasta	204	1	26

Sumber : Laporan Lurah CPB, April 1993

2.2. Gambaran Umum Daerah Penelitian

2.2.1. Sejarah Pasar

Sebelum mengenal lebih jauh tentang pasar Cempaka Putih, kami akan mencoba terlebih dahulu mengungkapkan sekelumit sejarah pasar tersebut. Di harapkan sejarah pasar akan memberikan gambaran umum mengenai perkembangan pasar yang pada hakekatnya melambangkan perkembangan penduduk dan wilayah Cempaka Putih khususnya.

Bila sejarah memberikan gambaran perkembangan semenjak pasar didirikan, maka perlu pula diperoleh gambaran fisik dari pasar pada masa kini. Dengan demikian akan di peroleh suatu pandangan mengenai masalah yang di hadapi dan selanjutnya cukup penting untuk pengembangan pasar didalam kerangka pembangunan kota Jakarta Pada tahun 1950-an,jalan Letjen Suprpto yang menghubungkan antara pasar senen dengan jalan A.Yani (By Pass) dulunya adalah merupakan jalan tanah bercampur batu. Kiri kanan jalan adalah rumah-rumah dan kebun-kebun penduduk (Betawi). Bagi warga Cempaka Putih hasil kebun yaitu buah-buahan seperti rambutan, durian dan sayuran (Kangkung) di bawa kepasar bedeng yang berada di wilayah Pangkalan Asem. Di tempat itu terjadi tukar menukar barang dengan uang atau barang dengan barang

kebutuhan sehari-hari antara lain, beras, gula, sabun dan sebagainya

Pembangunan jalan dalam bentuk pengaspalan sampai di wilayah pangkalan Asem sekitar tahun 1960. Hal ini mendorong terjadinya migrasi dari daerah-daerah seperti Jatinegara, Tanjung Priok, Pasar Minggu dan sebagainya. Dengan demikian Pasar Bedeng dikenal dan dikunjungi pembeli.

Pada bulan Juni 1961 Badan Pelaksana Proyek Cempaka Putih Yang bernaung di bawah Pemda DKI, melaksanakan Proyek Perumahan Minimum, kegiatan diawali dengan membangun perumahan Angkatan Laut yang berarti pemula bangunan perumahan di DKI. Bangunan ini hingga kini dikenal dengan kompleks Angkatan Laut berada di Rw.03 Kelurahan Cempaka Putih Barat, Jakarta Pusat.

Pusat kegiatan proyek atau tempat menyimpan barang-barang bangunan (Material dan para petugas bermalam tidak jauh dari jalan Letjen Suprpto. Di tempat itu pedagang makanan siang-malam silih berganti berdatangan menyediakan aneka lauk pauk serta makanan kecil. Oleh sebab itu para petugas dapat terhindar dari rasa kecewa dalam memilih hidangan yang sesuai dengan selera.

Dengan berfungsinya perumahan itu, meningkat pula jumlah pedagang dilokasi tersebut termasuk pedagang kebutuhan pokok sehari-hari seperti beras, sayuran, daging, pakaian. Meskipun jenis dan jumlah dagangan belum mampu melayani harapan semua pihak pembeli, namun tidak dapat disangkal bahwa para pedagang telah berusaha mewujudkan identitasnya sebagai "Mitra" pembeli dalam membangun kelangsungan hidup.

Keberhasilan Proyek perumahan minimum tidak hanya dalam bidang perumahan tetapi mencakup perumahan lingkungan di lokasi pusat kegiatan proyek. Sekitar tahun 1966 di bangun pasar di lokasi itu dan pada tahun 1970 diberi nama pasar Inspres Cempaka Putih. Kondisi pasar semakin menunjukkan kemampuan menyerap tenaga kerja. Situasi pasar yang aman mampu menyerap para pedagang di pasar-pasar sekitar wilayah Cempaka Putih sehingga mengakibatkan pasar-pasar di sekitarnya menjadi sepi akan pengunjunganya diantaranya pasar Bedeng.

Pada tahun 1975 Pasar Cempaka Putih mengalami kerusakan secara menyeluruh akibat kebakaran. Pada tahun 1976 keluar SK. Inspres No.7 tahun 1976 untuk membangun pasar yang terbakar itu dengan status pasar Inspres. Pembangunan pasar ini dilaksanakan dengan dana dari proyek perekonomian Rakyat. Pembangunan pasar Inspres Cempaka Putih yang diawali tahun 1976 dapat di rampungkan tahun 1977, Kios-kios yang tersedia sejumlah pedagang yang ada. Oleh pihak yang berwenang dalam hal ini pemerintah Kios hanya berlaku bagi para pedagang yang pernah berjualan tersebut. bagi mereka yang berhasil memiliki kios tidak akan di pungut bayaran dalam bentuk apapun.

Pengelola pasar menyadari bahwa daya tampung pasar yang ada belum sesuai dengan kebutuhan para konsumen yang semakin meningkat jumlahnya terutama kebutuhan sayur-sayuran, buah-buahan dan ayam. Hal ini cukup menguatkan pihak pemda DKI Jakarta untuk melanjutkan pembangunan pasar diatas tanah seluas 10382 M². Pasar yang di bangun pada tahap terakhir ini pengelolaan sepenuhnya dari dana inpres. Namun penanganan administrasi tetap di bawah pimpinan Non Pasar Inpres.

Dalam tahun ini pula terjadi pengangkatan massal pegawai pasar Inpres yang juga pegawai DKI bagian Proyek Perekonomian Rakyat menjadi pegawai honor PD. Pasar Jaya. Pasar tersebut disamping itu merupakan perluasan wilayah juga berfungsi sebagai pasar penyalur untuk seluruh pasar yang ada di Jakarta. Khususnya perdagangan ayam (Sub grosir dari Jawa). Ayam potong disini meliputi ayam kampung dan ayam negeri dalam skala besar, dan amat cocok untuk melayani kebutuhan rumah makan, catering, rumah sakit, karena ayam yang disediakan sudah disesuaikan dengan keperluan.

Pada tahun 1985, dilakukan pemugaran khususnya untuk pasar Non Inpres. Pemugaran inipun hanya pada bagian-bagian yang dianggap sangat penting, dan relevan dengan situasi saat itu. Di samping pemugaran dilakukan perubahan status pasar non inpres menjadi pasar Inpres. Dengan demikian seluruh Pasar Cempaka Putih Yang ada sekarang ini berkategori "Pasar Inpres".

Sejalan dengan peningkatan perekonomian pasar, masyarakat dan pemerintah tahun 1986 untuk kedua kalinya pasar Inpres mengalami perubahan status yang amat di dambakan oleh seluruh karyawan pasar tersebut adalah pengangkatan dari pegawai honorer menjadi pegawai tetap Perusahaan Daerah Pasar Jaya.

Berbicara masalah pasar Cempaka Putih tidak lepas dari pertokoanya. Keduanya milik Pemda yang dikelola oleh Badan Pelaksana Proyek Cempaka Putih. Pada bulan Juni 1961 Proyek ini diberi nama proyek Perumahan Minimum (lahirnya Proyek ini). Tahun 1976 hingga 1984 menggunakan nama Proyek Pengembangan Lingkungan (PPL) Dan tahun 1984 sampai dengan sekarang bernama perusahaan Daerah Wisata Niaga Jaya yang menangani Real Estate Cempaka Putih, dan membangun pertokoan yang megah berderet di depan pasar Cempaka Putih. Pertokoan dibangun diatas tanah seluas 1944 M² pada tahun 1973, yang bekerja sama dengan PT Indokisar. Operasionalisasi baru pada tahun 1975.

Pada awal sejarahnya pertokoan ini hanya berjumlah 30 buah /gedung, dengan barang-barang dagangan yang cukup terbatas. Sungguhpun demikian keberadaanya tetap mempunyai fungsi ganda yaitu melayani keperluan warga, tempat rekreasi dan memperindah lingkungan Cempaka Putih Barat.

Grafik pertokoan dari masa ke masa menunjukkan perkembangan, meskipun tidak demikian pesat, sampai dengan tahun berikut : 24 toko induk termasuk PT HERO

dan PT TOSERBA, 42 kios, 1 buah Bank Swasta (Bank Gunung Kencana), 1 buah Bank Pembangunan Daerah DKI Jakarta, 2 buah bioskop, 1 tempat bilyard yang dikelola sendiri PD. Wisata Niaga Jaya dengan ruangan yang memuat 30 buah meja bilyard.

Untuk menunjukkan suasana yang bersih, indah nyaman dan manusiawi, Pimpinan PD. Wisata Niaga Jaya membentuk Satuan Tugas Kebersihan dengan Jumlah armada 10 Orang dan Satpam sejumlah 6 Orang.

Penerangan Listrik telah dimiliki oleh PD. Wisata Niaga Jaya. Dengan demikian gedung itu lengkap dengan aliran listrik yang mampu menciptakan suasana siang maupun malam hari yang terang berderang.

Pesawat telepon sebagai sarana komunikasi yang besar kegunaanya, belum dimanfaatkan oleh seluruh niagawan yang ada. Menurut data hasil wawancara kami hanya sejumlah 17 pesawat telpon milik para pengusaha dan 4 buah pesawat telpon umum terdapat di kawasan tersebut.

2.2.2. Keadaan Fisik Pasar.

Yang dimaksud dengan bentuk fisik pasar adalah keadaan bangunan pasar termasuk sarana-sarana yang tersedia dalam pasar. Pengambilan rata-rata untuk pasar Inpres secara keseluruhan meliputi tempat-tempat kering (disemen) seperti bangunan - bangunan kios, jalan/gang-gang yang terdapat dalam wilayah pasar. Kemudian dilakukan pengamatan sambil lalu mengenai bentuk fisik dari daerah pertokoan termasuk wilayah yang ada di sekitarnya.

Dari data yang terkumpul kondisi pasar menunjukkan 40% daerah kering ; 60% merupakan daerah lembab atau kurang bersih. Pada saat hujan keadaan pasar sangat menyedihkan , lantai tampak berlubang dan got-got tergenang air. Genteng dan plastik-plastik peneduh disana sini menunjukkan ketidak mampuannya untuk menahan air karena telah berusia tua (Pecah-pecah). Melalui tempat-tempat yang pecah/berlubang itu turunlah air dengan leluasa. Dalam situasi seperti itu bangke dan binatang hidup seperti kelabang, cacing, kecoa, dan sampah-sampah muncul kepermukaan air.

Kios yang tersedia di pasar Inpres ini sejumlah 1065 buah untuk kios tertutup, artinya mempunyai atap dan dinding pemisah sebagai batas antara satu kios dengan kios yang lainnya. Dan sejumlah 440 buah (41.3%) adalah kios yang tidak tertutup atasnya tetapi hanya di batasi dengan dinding.

Mengenai penerangan, 80 % dari kios yang aktif telah menggunakan fasilitas listrik, sedangkan sisanya cukup dengan menggunakan sinar listrik tetangganya. Jaringan telpon baik perorangan maupun umum telah tersedia . Diantara kios-kios yang telah memanfaatkan jasa telpon dapat dikatakan masih dalam jumlah kecil . Dari jumlah

pedagang kios yang aktif (setiap hari membuka warung dan melayani pembeli) yakni 653 buah, hanya 10 kios (1.5%) yang memasang pesawat telpon tersebut.

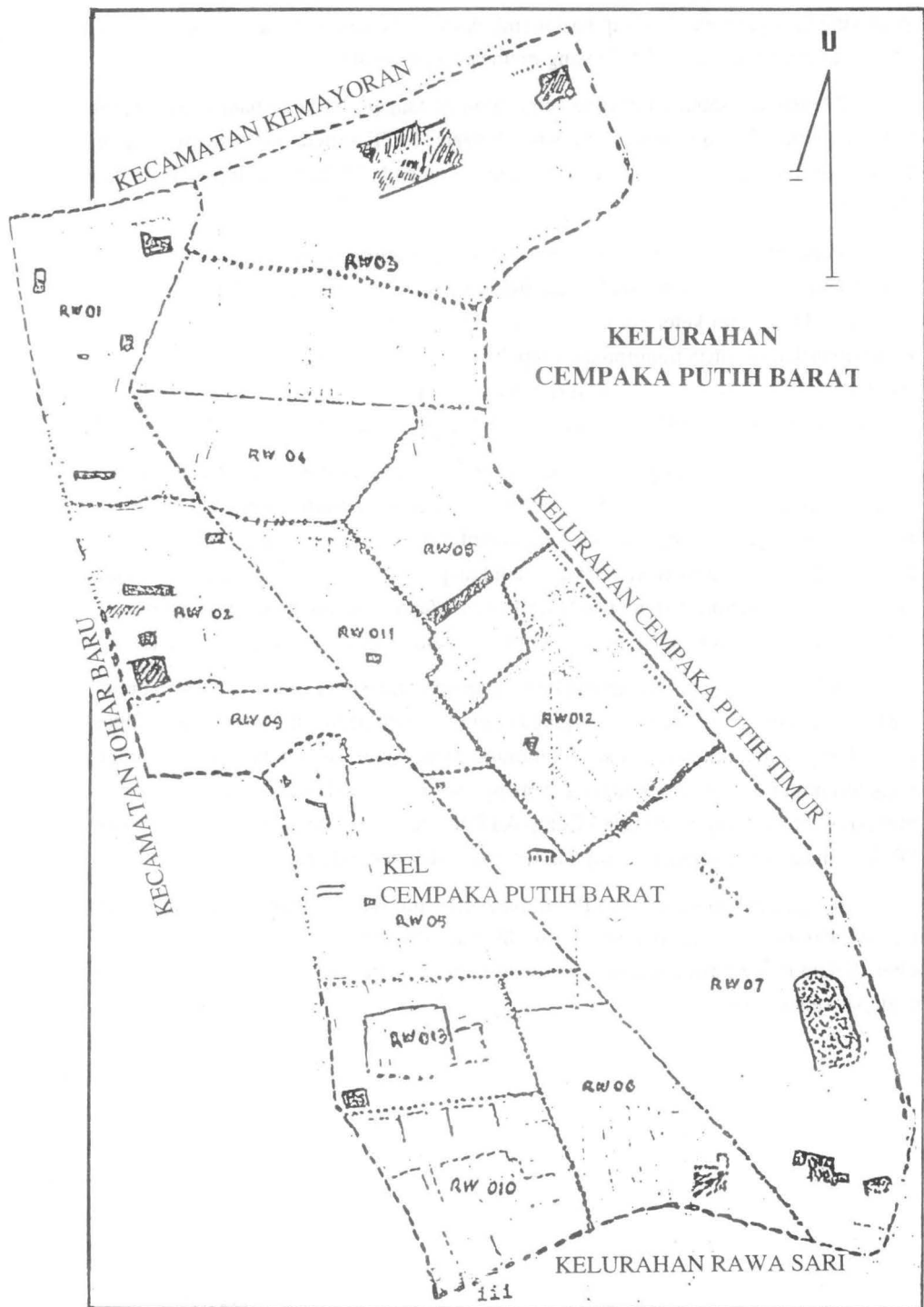
Mengenai sarana air berupa sumur/pompa tangan, terdapat pada pasar Inpres lama sejumlah 1 buah yang bergabung dengan MCK/sarana sanitasi. Sedangkan fasilitas air pompa listrik telah lama di manfaatkan pada MCK Pasar Inpres Baru dan Mushalla.

Persampahan, penampungan antara (transfer station) seperti conditainer tampak tersedia meskipun belum memadai bila diukur dengan luas pasar dan jumlah pedagang yang ada. Disisi lain keteraturan pembuangan atau disiplin para pedagang terhadap kebersihan dan sistem pengumpulan sampah dari kios ke container, merupakan masalah dasar sampah di pasar ini tentu saja semakin besar pasar, semakin besar pula masalah sampah yang di hadapi PD. Pasar Jaya dan Khususnya Pasar Inpres Cempaka Putih.

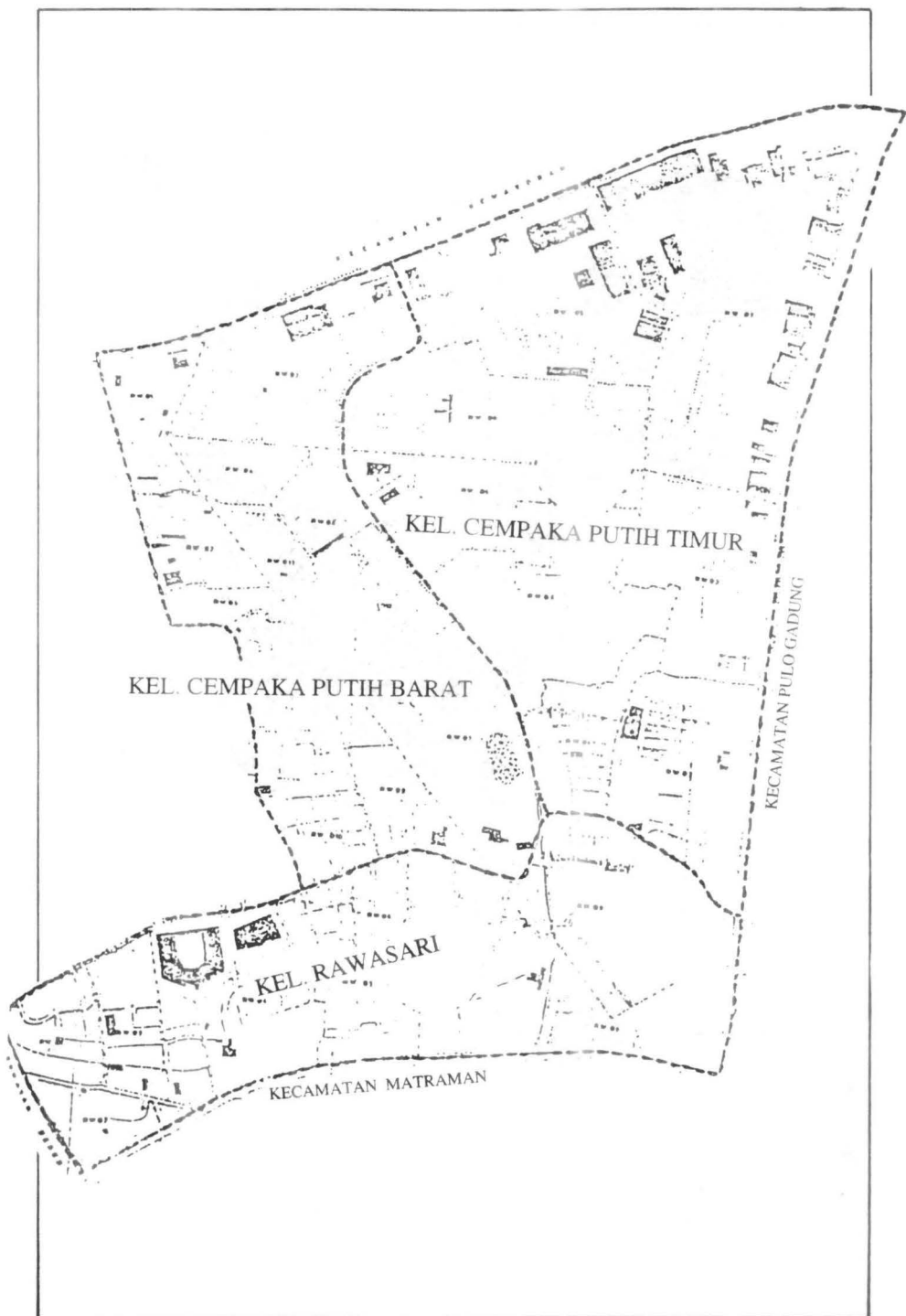
Areal parkir seluas 840 M2 yang tersedia tempatnya mengharapkan perhatian tersendiri. Pasar Inpres Cempaka Putih secara keseluruhan memiliki 2 tempat parkir yang membentuk huruf L. Tempat parkir yang membujur arah utara selatan hingga saat ini belum disemen. Pernah satu kali di taburi adukan pasir, batu kerikil, pecahan - pecahan batu dan aspal. Namun karena panas teriknya matahari dan hujan sehingga sekarang menjadi tampak jelas hanya pasir dan batu-batu tajam bertaburan melapisi tanah.

Adapun tempat parkir dengan kondisi tersebut tidak hanya di manfaatkan untuk parkir para pengunjung pasar tetapi juga ditempati oleh pedagang yang berada diluar pasar. Dengan demikian pada saat pengunjung pasar ramai, kendaraan para konsumen tidak tertampung seluruhnya, konsekwensinya sebagian kendaraan terpaksa parkir di luar pasar, seperti dipinggir jalan Cempaka Putih Barat IV yang berhadapan dengan "Ruko" sudah tentu kemacetan dijalan tersebut tidak dapat dihindari.

Adapun di jalan Cempaka Putih barat III yang sarat dengan kendaraan keluar masuk jalan raya Letjen Suprpto masih dibebani Pangkalan Bemo, Sadar, Bajaj dan Ojek. Selain itu terdapat pintu keluar masuk kendaraan pengunjung pasar, tentu disini terdapat kemacetan rutin



Peta 1. Kelurahan Cempaka Putih Barat



Peta 2. Kecamatan Cempaka Putih



Peta 3. Wilayah DKI Jakarta

BAB III

INSTITUSI PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN

Dalam bab ini akan dibicarakan mengenai kompleks jaringan hubungan-hubungan sosial yang terdapat dipasar Inpres Cempaka Putih hal-hal yang akan dibahas disini adalah ciri-ciri sosial ekonomi dan budaya dari masing-masing kelompok yang ada. Disamping itu akan dicoba mengutarakan variabel lain seperti sistim pendidikan dan pelaksanaannya yang secara tidak langsung ikut serta menentukan disiplin dan prestasi pedagang. Dan dampaknya diharapkan dapat dinikmati seluruh lapisan masyarakat cempaka putih khususnya dan masyarakat luas pada umumnya. Pada halaman 35 disajikan struktur bagan organisasi Pasar Inpres Cempaka Putih Jakarta Pusat.

3.1. Kepala Proyek P. 4.1

Kepala Proyek Pembangunan Pemugaran dan pengadaan Inpres ini adalah Direktur Utama perusahaan dagang Pasar Jakarta Raya (PD. Pasar Jaya) untuk jelasnya penulis mencoba menyajikan uraian hal tersebut di bawah ini.

Dimasa lalu untuk memenuhi kebutuhan hidup dari hari ke hari manusia melakukan pertukaran barang di pasar. Tidak dapat di sangkal bahwa pasar menghubungkan sejumlah komunitas yang letaknya terpencar. Bagaikan suatu lingkaran, pasar sebagi titik sentralnya. Disini secara berkala dan berkesinambungan, orang-orang sering bertemu dan tukar menukar hasil jerih payah mereka. Pasar seperti ini disebut pasar sektional (Eric R Wolf , 1985). Dan perkembangan selanjutnya pasar ini mengalami metamorfosis, hingga menjadi pasar permanen yang disebut pasar tradisional.

Gubernur Kepala Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta menetapkan pasar sebagai tempat transaksi jual beli umum dimana pedagang secara teratur dan langsung memperdagangkan barang-barang dan jasa dengan mengutamakan adanya barang-barang kebutuhan untuk kelangsungan hidup dengan demikian keadaan pasar perlu di perkuat oleh pemerintah DKI . Atas dasar itu di bentuk lembaga khusus yang di beri nama PD. Pasar Jaya. Adapun maksud dan tujuan didirikan perusahaan ini adalah untuk melaksanakan pengurusan pasar dan fasilitas dan perpasaran lainnya dalam rangka pembangunan perekonomian daerah serta menunjang anggaran daerah dan pertumbuhan

ekonomi nasional (Perda No.7 Tahun 1982).

Untuk mencapai maksud dan tujuan di atas, tugas pokok PD. Pasar jaya adalah melaksanakan pelayanan umum dalam bidang perpasaran, pembinaan pedagang pasar, ikut menciptakan stabilitas harga dan kelancaran distribusi di pasar, serta fasilitas perpasaran lainnya. Dalam melaksanakan tugas pokok itu, Gubernur DKI Jakarta telah menetapkan susunan dan tata kerja PD. Pasar Jaya (SK Gubernur DKI Jakarta No.1970 Tahun 1985). Untuk memperoleh hasil kerja yang berdaya guna dan berhasil guna, Direksi PD. Pasar Jaya telah menerbitkan SK. Nomor 216 tahun 1985 tentang Susunan Organisasi dan perincian Sub bidang, seksi serta Urusan Perusahaan Daerah Pasar Jaya (PD. Pasar Jaya).

Mengenai Tugas Pokok Usaha PD. Pasar Jaya menurut pencatatan dokumentasi sebagai berikut :

- a. Merencanakan, membangun dan memelihara/merawat.
- b. Pengolahan pasar dan fasilitas perpasaran lainnya beserta sarana kelengkapannya
- c. Membantu kelancaran distribusi bahan-bahan pokok. Memberikan informasi kepada yang berwenang, untuk pengendalian harga
- d. Pembinaan pedagang.
- e. Mengadakan unit pelaksanaan usaha.
- f. Melaksanakan usaha lain yang sesuai dengan tugas pokok.

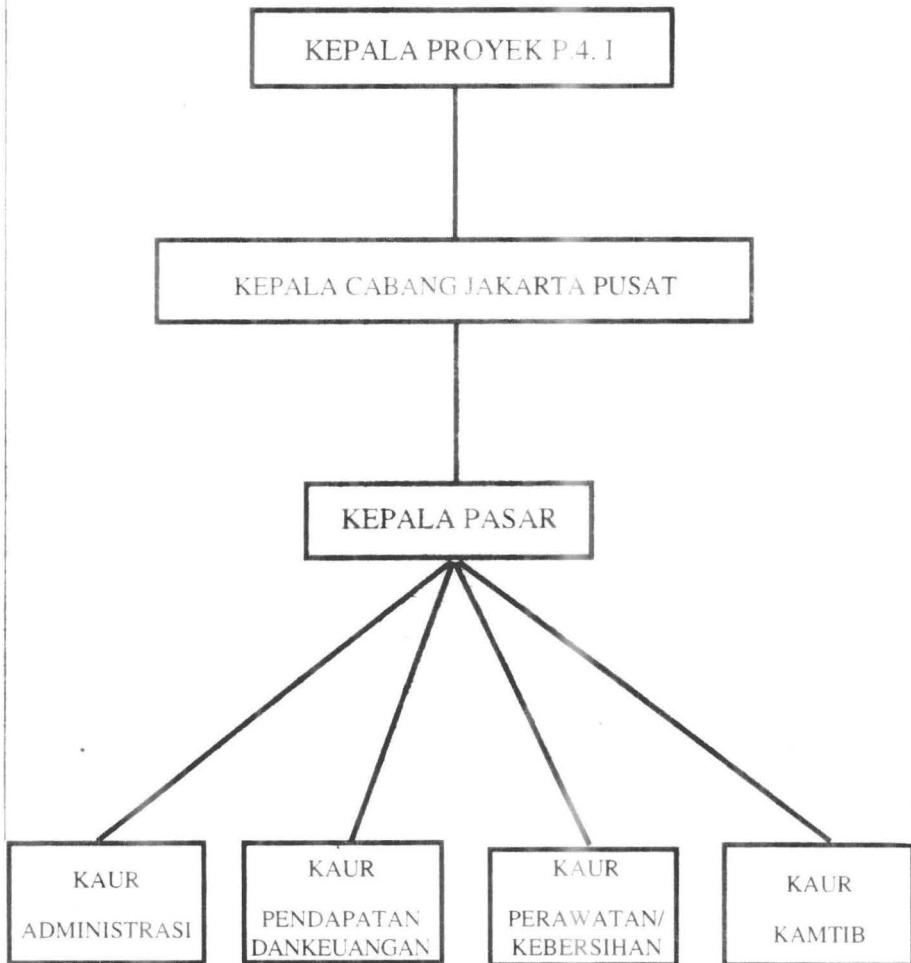
Dengan mengkaji butir - butir tugas pokok tersebut, dapat dipahami bahwa aspek sosial ekonomi amat ditekankan. Mengenai hubungan-hubungan itu selengkapnya tampak seperti di bawah ini.

Aspek Ekonomi, dengan ruang garapan :

1. Peremajaan dan pembangunan pasar. Dukungan dan usaha nyata yang di perlukan untuk kepentingan ini adalah meningkatkan penyediaan tempat berjualan, jumlah tempat dan jumlah pemakaian tempat serta menambah volume dan sumber pendapatan masyarakat.
2. Pengelolaan Pasar. Dalam menangani ini PD. Pasar Jaya berusaha semaksimal mungkin mempertinggi volume dan sumber pendapatan perusahaan. Selain itu menambah hak hidup perusahaan, lebih berkembang sebagai suatu kesatuan ekonomi.
3. Pembinaan Pedagang

Dengan pengamatan sepintas maupun secara mendalam terlihat aneka kegiatan pasar. Banyak para pembeli yang datang kepasar tidak sendiri, tetapi dengan keluarganya, yang menganggap berbelanja adalah merupakan suatu kepuasan tersendiri. Membayangkan apa yang terjadi betapa nikmatnya berbelanja, atau tukar menukar barang, serta dapat bertemu dengan sesama warga atau lingkungan wilayahnya, jadi tepatlah jika pasar dapat dikatakan sebagai salah satu tempat rekreasi keluarga. Dipasarlah berbagai khabar dapat disampaikan sehingga suatu berita yang menarik akan cepat menyebar dikalangan penduduk kota maupun desa. Mengingat itu fungsi pasar dapat ditingkatkan. dan masih banyak fungsi pasar dapat di tingkatkan, diantaranya, adalah penunjang pariwisata. Wisatawan asing cenderung melihat pasar- pasar tradisional daripada pasar-pasar swalayan yang dinegeri mereka

STRUKTUR ORGANISASI PASAR INPRES CEMPAKA PUTIH



sudah bukan barang baru . Untuk merealisasikan semua itu PD. Pasar Jaya melakukan pembinaan yang terpolakan dan terencana seperti adanya penataran/ pendidikan pedagang dalam rangka peningkatan mutu pelayanan Konsumen, materi yang diajarkan meliputi :

- a. Meningkatkan fungsi pasar
 - b. Pelayanan kepada konsumen
 - c. Memantapkan hubungan dengan konsumen
 - d. Peranan Koperasi pasar/ pedagang dan karyawan
 - e. Ketentuan pemakaian tempat jualan, prosedur penyusunan ijin dan biaya administrasi.
 - f. Sistem perkoperasian.
4. Membantu kelancaran distribusi bahan-bahan pokok.

Usaha prima dalam lingkup ini adalah memberikan kesempatan berusaha dibidang angkutan sayur mayur dari Pasar Induk Kramat Jati. Disamping itu mewujudkan terjaminnya ketertiban/keamanan di dalam pasar, mengingat bahwa hal ini adalah salah satu faktor yang menunjang kelancaran distribusi.

5. Informasi Untuk Pengendalian Harga.

Tugas yang harus dilakukan di sini adalah mengamati dan mencatat perkembangan harga, pengamat sirkulasi barang dan kebutuhan barang serta modal.

Aspek Sosial dengan menekankan :

1. Peremajaan dan pengembangan meliputi penambahan fasilitas umum, tempat penyediaan kebutuhan pokok dan sarana rekreasi.
2. Pengelolaan pasar yang mencakup pemeliharaan ketertiban dan penanggulangan kebersihan.
3. Pembangunan dan pengelolaan seperti menciptakan lapangan kerja dan menambah jumlah pedagang .
4. Pembinaan pedagang dan lainnya ; untuk bidang ini dilakukan penelitian, pengamatan dan pendidikan seperti diuraikan pada hal sebelumnya.

3.2. Kepala Cabang

Fungsi utama sebagai mediator antara PD. Pasar Jaya dengan kepala pasar. Semua kegiatan pasar harus dilaporkan kepada Kepala Cabang dan Kepala Cabang mengoreksi dan memproses lebih lanjut yang kemudian dilaporkan kepada Direksi PD. Pasar Jaya. Demikian sebaliknya segala aturan aturan yang telah menjadi keputusan Direksi PD. Pasar Jaya di salurkan ketingkat bawah c.q para kepala pasar melalui para kepala cabang di 5 wilayah DKI Jakarta.

3.3. Kepala Pasar

Pasar Inpres Cempaka Putih sebagai suatu lembaga perekonomian , merupakan organisasi yang harus diatur sebaik-baiknya. Untuk mengatur diperlukan seorang pemimpin. Berarti status tertinggi sebagai penguasa resmi pasar tersebut adalah kepala pasar. Adapun siapa yang berhak menduduki status tersebut hanya mereka yang telah memiliki pangkat dan golongan cukup tinggi. Dengan kata lain bahwa mereka memiliki

banyak pengalaman serta faham tentang seluk beluk kepemimpinan pasar. Namun tentunya hal ini menutup kemungkinan untuk para sarjana baru.

Dalam suatu unit kerja seperti pasar Inpres dituntut adanya pengolahan yang baik, karena itu kepala pasar berkewajiban untuk merencanakan, menyusun, melaksanakan, mengawasi serta menilai kegiatan-kegiatan sesuai dengan kebijaksanaan yang ditetapkan. Selain itu juga mengintegrasikan dan mengkoordinasi kegiatan unit kerja dilingkungan pasar. Adapun untuk urusan keluar antara lain menjalin hubungan dan kerja sama dengan unit terkait, lembaga-lembaga pemerintah maupun bukan pemerintah, masyarakat pada umumnya dengan pengendalian dan pengawasan kebijaksanaan pasar disamping itu harus melaporkan pelaksanaan serta hasil-hasil kegiatannya.

Sebagai perencana, sudah barang tentu mengumpulkan data-data mengenai segala komponen yang terlibat di dalam usaha melaksanakan kebijaksanaan - kebijaksanaan pemerintah pada umumnya, PD Pasar Jaya dan pemda khususnya. Perencanaan disini meliputi jangka pendek dan jangka panjang. Jangka pendek ialah rencana tahunan untuk menyiapkan tenaga kerja dan para pedagang dalam jumlah yang cukup memadai dengan kebutuhan dalam melayani masyarakat wilayah setempat. Dalam jangka panjang diharapkan terjangkau standarisasi pasar, sehingga para karyawan dan pedagang adalah manusia pembangunan yang pancasilais seperti yang dianut oleh GBHN. Dan dapat menyediakan tenaga terampil, berwibawa dan bermutu dalam jumlah yang cukup serta berstandar DKI maupun Nasional.

Untuk kepentingan perencanaan tersebut pimpinan pasar juga memiliki data lengkap karyawan, pedagang, kios-kios, alat-alat kantor, alat bantu pembinaan, keuangan dan sebagainya. Namun demikian cara berlaku atau sikap pimpinan pasar untuk memenuhi kewajiban dan mendapatkan hak-haknya masih mengalami banyak tantangan dari para pedagang. Hal ini mungkin berkaitan dengan kurangnya kesadaran para pedagang terhadap kewajiban dan hanya menggunakan haknya sepenuhnya untuk kepentingan pribadi.

Dalam rangka melaksanakan program kerja untuk mencapai tujuan intitusional, kepala pasar membentuk seksi-seksi. Masing-masing seksi ini di bawa tanggung jawab para wakil kepala pasar seperti urusan administrasi umum di pimpin oleh Wakil I (Kaur Administrasi Umum), urusan pendapatan dan keuangan oleh Wakil II (Kaur pendapatan dan Keuangan), urusan perawatan dan kebersihan oleh wakil III (Kaur perawatan dan kebersihan), urusan ketertiban dan keamanan oleh wakil IV (Kaur ketertiban dan keamanan).

Dalam hal urusan administrasi umum, tentang ruang lingkup garapan adalah melakukan pembinaan untuk semua kios, aktif maupun tidak aktif, termasuk memberikan ijin pemakaian kios. Selain itu memberikan pengarahan, bimbingan kepada para

pedagang sekaligus melakukan pemantauan, sehingga bila terjadi pelanggaran peraturan yang dikenakan oleh Pemda segera dapat diatasi. Dalam hal surat menyurat yang berhubungan dengan pasar ditangani dan dievaluasi di bidang ini dan kemudian ditindak lanjut.

Diharapkan urusan administrasi pasar ini dapat menunjang jalannya kegiatan pasar sehingga memperoleh hasil yang memuaskan dan meningkatkan kesejahteraan semua pihak. Sudah barang tentu pembinaan karyawan itu sendiri perlu ditingkatkan seperti tertib administrasi, membagi tugas sesuai dengan kemampuan mereka masing-masing, memelihara kelancaran pekerjaan dan lain-lain. Perlu diketahui administrasi harus terib karena daya ingat manusia terbatas dalam pelaksanaan kegiatan usaha.

Karyawan urusan administrasi umum adalah pelaksana segala perintah dari kepala urusan administrasi umum maupun kepala pasar yang berkaitan dengan bidang administrasi. Mereka mewujudkan pelayanannya sesuai dengan tugas-tugas yang telah ditentukan seperti mengetik surat-surat dinas, surat pemberitahuan yang harus disebar luaskan kepada para pedagang, urusan kepegawaian, arsip dan lain sebagainya.

Mengenai urusan administrasi dan ketenagaan ini bertujuan meningkatkan mutu pasar melalui kelengkapan serta kesiapan ketenagaan yang ada. Sedangkan kegiatan yang harus dilakukan cenderung menitik beratkan pada pelayanan terhadap pedagang sebagai anggota warga pasar memiliki hak dan kewajiban. Mengenai hal ini akan dibicarakan pada halaman tersendiri.

Adapun Urusan Pendapatan dan Keuangan, bertugas mengelola pemasukan dan pengeluaran dalam rangka mempertinggi volume dan sumber pendapatan perusahaan, pembinaan pedagang dan sebagainya. Dana yang diperoleh berasal dari para pedagang seperti uang sewa kios, uang listrik dan pungutan -pungutan lain yang berdasarkan peraturan yang berlaku. Semua pendapatan dianalisa, dievaluasi setiap bulan, triwulan, tengah tahun dan tahunan. Atas dasar itu kepala urusan ini merencanakan anggaran yang meliputi biaya rutin dan biaya pembangunan, biaya rutin disediakan untuk gaji, transport dan makan karyawan, pemeliharaan alat-alat, perjalanan dinas. Kecuali itu juga meningkatkan kesejahteraan serta pemererat hubungan keluarga dengan memupuk semangat kerja melalui bantuan biaya pengobatan karyawan beserta keluarganya.

Apabila pada suatu saat jumlah pendapatan kurang sesuai dengan jumlah yang ditentukan, tetap akan diupayakan bagaimana dapat memenuhi ketentuan yang digariskan pemerintah maupun PD. Pasar Jaya.

Tentang urusan Perawatan dan Kebersihan. Dalam menangani pekerjaan ini tampaknya ada kecenderungan diperlukan kemampuan tentang bangunan fisik. Hal ini dapat dipahami mengingat bahwa penanggungjawab kegiatan tersebut dibebani tugas

untuk selalu menjaga kondisi pasar tetap tegar dan baik. Berarti kerusakan pasar saat kapanpun dan dalam katagori kurang berfungsi ataupun rusak berat, yang diakibatkan oleh cuaca, hujan, panas atau yang lain harus mendapat perhatian mendalam dari yang berwenang. Dan tidak sekedar itu namun spontanitas pertolongan pertama dan selanjutnya dilakukan perbaikan secara serius dalam batas dana yang tersedia.

Disisi lain situasi pasar dituntut selalu dalam keadaan bersih dan indah sebagai perwujudan slogan Gubernur Kepala Daerah Khusus Ibukota Jakarta "TEGUH BERIMAN". Kebersihan dan keindahan pasar meliputi halaman parkir, kios-kios, gang gang, saluran air dan sebagainya. Untuk meningkatkan kebersihan kepala urusan ini juga mengkoordinir para kuli agar membantu melakukan kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan kebersihan tersebut di atas.

Beban tugas lain yang tidak kalah penting antara lain memberikan ijin dan melakukan pengurusan mengenai pemasangan Listrik, telepon, rolling door dan melakukan pembobokan (penggandengan tempat berjualan dll). Dengan demikian diharapkan perawatan dan kebersihan pasar dapat menunjang jalannya kegiatan pasar sehingga berlangsung secara lancar dan memperoleh hasil yang memuaskan.

Selain pembenahan pasar kewajiban pimpinan adalah melakukan bimbingan dan pengawasan terhadap bawahannya. Semua itu untuk tujuan prima dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat terhadap segala perintah dari instansi terkait maupun dari lingkungan pasar sendiri. Dalam hal tugas dan tanggung jawab yang dibebankan ini, tidak dapat dielakan bahwa semua karyawan di lingkungan ini ikut menciptakan lingkungan pasar yang sehat, indah dan manusiawi.

Untuk urusan ketertiban dan keamanan bertujuan meningkatkan disiplin karyawan, koperasi dan pedagang pasar. Mereka harus sadar peranan masing - masing sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang dilandasi motto "SALING ASAH, SALING ASIH DAN SALING ASUH". Dalam hal ini disiplin adalah suatu keadaan tertib dimana orang-orang yang tergabung dalam organisasi pasar, seperti kepala pasar, karyawan pasar, pedagang, pesuruh / kuli, petugas keamanan dan sebagainya, tunduk kepada peraturan-peraturan yang telah ada serta dengan sukarela atau rasa senang hati dalam menunaikan tugas dan kewajiban.

Dengan demikian masing-masing orang digerakkan, didorong supaya lebih bertanggung jawab atas perbuatan dalam tugasnya yang tanggung-jawab sukarela akan timbul bagi personil, jika perbuatan itu didasarkan pada dorongan atau motif yang sukarela pula. Hal ini akan membawa suatu kesadaran bahwa suasana atau keadaan yang tertib, teratur didalam suatu pasar adalah mutlak atau merupakan suatu keharusan dalam proses pembinaan pasar itu.

Sehubungan dengan itu di pasar tersebut terdapat tata tertib umum yang berlaku

bagi semua personil pasar. Adapun juga tata tertib karyawan berlaku untuk para karyawan, dan ada juga tata tertib pedagang yang hanya berlaku untuk pedagang seperti "Sewa Pemakaian Tempat Berjualan ", "Penataan Kios" dan sebagainya.

Pihak pengelola pasar dalam hal ini pimpinan urusan ketertiban dan keamanan atas anjuran Pemerintah Daerah telah menetapkan peraturan -peraturan untuk mewujudkan lingkungan yang tertib dan aman. Hal ini dapat dilihat adanya petugas yang mengawasi dan mencegah penyalahgunaan, pemakaian bangunan, listrik dan air. Dan beberapa sikap tugas yang bertujuan menciptakan ketertiban dan keamanan Pasar Inpres Cempaka Putih yaitu :

- a. Melaksanakan pengamanan dan penertiban terhadap bangunan pasar beserta fasilitas kelengkapan lainnya.
- b. Melaksanakan pengamanan terhadap berlangsungnya kegiatan perdagangan.
- c. Menjaga keluar masuknya kendaraan, mengatur parkir dan bongkar muat.
- d. Menerima, meneliti dan menyelesaikan pengaduan. saran dan usul pedagang untuk kemajuan pasar.

Dalam susunan organisasi dan ketatalaksanaan PD. Pasar Jaya , karyawan pasar adalah unsur pelaksanaan terdepan yang berhubungan langsung dengan pedagang. Karyawan pasar selaku unsur pelaksana di pasar berperan melaksanakan tugas/pekerjaan sesuai dengan tanggung jawab yang telah diatur dalam rincian pekerjaan (Job Discription) Perusahaan.

Bagaimanapun baiknya program pasar, organisasi dan tata laksana serta tersedianya anggaran yang memadai tidak akan memiliki arti sama sekali, jika para pelaksana tidak berperan dengan baik sesuai ketentuan. Oleh karena itu karyawan pasar tersebut melalui bidangnya masing - masing sebagai unsur pelaksana di lapangan berusaha melaksanakan tugas pokoknya dengan penuh dedikasi, loyalitas, dan disiplin.

Petugas Keamanan Pasar Cempaka Putih bekerja selama 24 jam yaitu jam 08.00 sampai dengan jam 08.00. Cara kerja mereka menggunakan sistem aplus atau bergiliran. Selesai bertugas mereka memperoleh waktu istirahat /libur selama 1 (satu) hari satu malam (24 jam).

Karyawan bidang keamanan memandang amat penting untuk memusatkan perhatian pada ketertiban pedagang, keajegan disiplin pedagang dijaga sebaik-baiknya. Tindakan semacam ini di yakini akan membantu atau memberikan kemudahan bagi petugas untuk melaksanakan tindakan apa kiranya yang sesuai dengan pedagang (Penggunaan metode yang tepat). Dan akan melancarkan Program pasar, Sehingga dapat mencapai tujuan pasar secara utuh.

3.4. Kondisi Sosial, Ekonomi Dan Budaya Pedagang

Pada hakekatnya penelitian mengenai pedagang kaitannya dengan pengembangan pasar, tentu dibutuhkan data-data yang berkenaan dengan dasar budaya pedagang yang terlihat dari latar belakang karier keluarga, asal modal dan pengembangannya, serta sistem pengolahan usaha. penyajian data yang diperoleh mengenai pedagang Cempaka Putih dapat dilihat di bawa ini.

Dari data yang terkumpul, golongan umur untuk pedagang -pedagang di kios-kios aktif terdapat perbedaan menyolok bila di dibandingkan dengan pedagang pada kaki lima . Untuk pedagang kaki lima ini sebagian besar rata-rata pada umur 19-25 tahun dan 26-30 tahun. Kondisi ini dimungkinkan antara lain adalah sempitnya lapangan pekerjaan yang dapat menampung khususnya tenaga-tenaga muda. Alternatif lain bahwa mereka telah memiliki bakat atau ketrampilan dagang yang di peroleh /diturunkan dari orang tuanya. Dan perlu di ingat bahwa pekerjaan yang paling mudah di peroleh dan cepat menghasilkan adalah berdagang.

Dilihat dari pembagian menurut status marital dan tanggungan keluarga, pedagang yang menempati kios, menunjukkan bahwa mereka umumnya telah menikah, kemudian di perkuat dengan keberadaan mereka yang telah sarat dengan tanggungan keluarga. Sedangkan pedagang kaki lima yang sedang melintasi periode perjuangan dengan penuh tantangan cenderung kurang di bebani tanggungan keluarga. Keadaan ini di dukung oleh kesadaran mereka, terutama bagi yang telah menikah untuk tidak hidup bersama satu rumah di Jakarta selama kebutuhan sehari-hari masih dirasakan cukup berat.

3.5. Suku Bangsa

Untuk golongan suku bangsa terlihat bahwa pedagang yang berada di kois-kios sebagian besar berasal dari Minangkabau. Kemudian suku bangsa Sunda yang merupakan saingan ketat suku bangsa minangkabau. Selanjutnya suku bangsa Jawa dengan jenis dagangan sayur-sayuran menduduki posisi ketiga di Pasar Cempaka Putih. Adapun suku bangsa lainnya seperti suku bangsa Batak, suku bangsa Madura yang khusus menekuni jenis dagangan ikan basah, suku bangsa Thionghoa meskipun terdapat perbedaan, namun tidak menunjukkan selisih yang menyolok.

Dapat dimengerti mengenai keunggulan suku bangsa Minangkabau di bandingkan suku bangsa lainnya dalam berkompetisi penguasaan lapangan kerja dipasar Cempaka Putih. Mereka memiliki keahlian, kejelian dan kecermatan dalam dunia dagang khususnya . Dengan mottonya amat terkenal bahkan menjadi label dari stereotip, justru memudahkan untuk mempromosikan suku bangsanya. sehingga di segala penjuru dan pelosok dunia dapat di jumpai suku bangsa Minangkabau dengan "masakan" khasnya.

3.6. Pekerjaan Orang Tua, Pekerjaan Sebelum Berdagang Dan Pekerjaan Sampingan.

Dari pekerjaan orang tua terlihat bahwa orang tua pedagang kaki lima kebanyakan bekerja sebagai pedagang . Untuk pedagang kios seperti suku bangsa Minang dan Thionghoa yang memang mempunyai bakat dagang, hal ini tidak begitu mengherankan. Sebaliknya untuk suku bangsa lainnya yang berdagang dikios menunjukkan perubahan meskipun masih dalam kategori sedang, yaitu yang semula orang tuanya petani maka terjadi perubahan dalam mencari lapangan kerja yang lain . Keadaan ini mungkin disebabkan makin bertambahnya jumlah keluarga yang tidak dibarengi dengan meningkatnya hasil pertanian yang menjadi bidang olahannya. Khusus ini cukup beralasan, dimana pekerjaan orang tua sebagai petani dan anaknya mencari lapangan pekerjaan dagang, tentunya untuk memperbaiki hidup keluarga . Dan mereka penuh harapan akan datangnya hari esok lebih baik. Bagi mereka yang pindah profesi seperti dari pegawai kemudian sebagai pedagang dan mereka kini menduduki status pedagang dari pekerjaan orang tuanya yang lama ditekuni yaitu sebagai buruh tak menentu, tidak banyak dijumpai.

Pekerjaan sebagai pedagang ternyata merupakan pekerjaan tetap, ini untuk suku bangsa Thionghoa khususnya pedagang di toko. Sedangkan kios dan kaki lima sebagian besar sebagai pedagang saja, untuk sisanya adalah berdagang, buruh disamping sekolah. Dengan penuh harapan sekolah akan menaikkan status sosialnya sebagai bagian dari masyarakat.

Mengenai pekerjaan sebelumnya berdagang umumnya mereka membantu pekerjaan orangtuanya disamping sebagai anak sekolah. Kemudian ada hal-hal yang mendorong untuk terjun ke dunia dagang dan menekuni atau mungkin juga karena kekurangan biaya dan sebagainya.

3.7. Pendidikan

Dari segi pendidikan ternyata rata-rata para pedagang baik yang termasuk kategori toko, kios dan kaki lima mempunyai pendidikan yang perbedaannya tidak terlalu menyolok. Mereka yang tidak sekolah relatif kecil dibandingkan dengan yang mempunyai pendidikan.

Memang diakui keberadaan pedagang kaki lima yang memiliki kelebihan dalam hal ini meliputi jumlah : tidak sekolah (0%), tamat SD, tidak tamat SLTP, tamat /tidak tamat perguruan Tinggi/Akademi. Bagi mereka yang berhasil menyelesaikan pendidikan Perguruan Tinggi/Akademi, pekerjaan yang dihadapi saat ini hanyalah bersifat sampingan, sementara/menunggu pekerjaan yang dianggap lebih baik.

Sedangkan di kios hanya memiliki keunggulan pada pendidikan tidak tamat SD.

Dan bagi pedagang di toko mencapai presentase tertinggi dalam pendidikan tamat SLTP, tamat SLTA dan tidak tamat SLTA.

Dilihat dari hasil pengolahan data pendidikan pedagang menunjukkan bahwa kurang adanya pengaruh pendidikan terhadap pekerjaan mereka sebagai pedagang. Hal ini terlihat jelas dari tingkah laku mereka dalam inventarisasi uang, penggunaan keuntungan dan sebagainya yang ada kaitannya dengan usaha mereka. Selain ini perlu di tandaskan bahwa faktor pendidikan hanya berguna untuk menghitung jumlah uang, dalam arti tidak begitu besar kegunaannya bagi kemajuan dagangnya.

3.8.Modal

Pemerintah DKI Jakarta cq PD. Pasar Jaya telah menyediakan tempat berdagang (berjualan) berupa bangunan serta fasilitas yang memadai, yang disebut "PASAR". Dengan demikian pengertian pasar disini ialah : tempat resmi milik Pemerintah DKI Jakarta yang di peruntukan sebagai tempat berjualan, tempat pedagang-pedagang bertemu dengan kosumen. Oleh sebab itu pasar memiliki peranan yang luas, yaitu : tempat berjualan, tempat hiburan, tempat rekreasi dan penunjang pariwisata , sektor penyerap tenaga kerja, unit usaha DKI Jakarta dan lain-lain.

Berdasarkan berbagai faktor yang signifikan itu, para pedagang dituntut mampu mengelola, menata dan meyediakan berbagai komoditi kebutuhan masyarakat. Demi terciptanya itu, pedagang membutuhkan modal (modal kerja) yang berupa uang barang dan jasa.

Berdasarkan data yang dapat di kumpulkan, diketahui bahwa modal uang sangat berperan bagi para pedagang di pasar Cempaka Putih. Hal ini terlihat jelas dari pinjaman yang mereka lakukan dalam rangka pemenuhan kebutuhan modal uang. Dari tutur mereka yang sifatnya keluhan. menunjukkan sering kesulitan keuangan dan problema utama. Keuangan umumnya melakukan pinjaman.

Dengan memperhatikan kenyataan Pasar Cempaka Putih sebagai pasar wilayah Kecamatan yang memiliki pelanggan luas, cukup meyediakan ketiga bentuk modal yang berupa uang tunai, para pedagang (toko,kios) diharapkan pada banyak pilihan seperti menggunakan jasa Bank Pemerintah atau Swasta (Bank Pembangunan Daerah DKI, Bank Gunung Kencana, Bank Dewa Ruci) yaitu pinjaman dalam bentuk kredit lunak. Disamping itu para pedagang dapat mengajukan pinjaman pada koperasi Pasar (Koppas) dengan terlebih dahulu memenuhi persyaratan yang di tentukan.

Khususnya pedagang kaki lima yang pada dasarnya tidak memiliki agunan yang berupa surat-surat berharga atau barang (bergerak atau tidak bergerak). Ini akan menghambat atau menyempitkan ruang gerak pinjaman uang. Oleh sebab itu mereka mengambil jalan pintas untuk memperoleh "Kebijaksanaan" para pengedar uang

"Panas"(renternir) yang beroperasi di lingkungan tempat tinggalnya. Pada dasar pasar ini merupakan lahan subur bagi para pelepas uang berbunga. Namun diantara mereka ada yang pantang meminjam uang berbunga dengan alasan bahwa bunga uang.tersebut adalah riba. Uang riba adalah haram dan dosa.

Selain itu terdapat juga dikalangan mereka yang memiliki hubungan "timbang balik" dan dilandasi saling percaya melakukan pinjam meminjam baik dalam suasana suka ataupun duka. Peminjaman kepada famili kadang-kadang dilakukan pula, apakah dalam bentuk uang dan barang (emas). Bila peminjaman dalam bentuk emas (cincin, kalung dan sebagainya) maka peminjaman akan disertai dengan perjanjian bahwa pengembalian pinjaman harus sesuai dengan bentuk aslinya, dalam arti pinjaman emas di kembalikan emas pula. Dan beberapa kegiatan yang berkaitan dengan pinjam meminjam berlaku juga bagi pedagang yang sama ethnisi dan daerahnya. Dalam penelitian juga ditemukan data yang cukup menarik yaitu adanya pedagang-pedagang di kios (yang jumlahnya cukup berarti), lebih menyukai meminjam pada perorangan lebih mudah dan lebih cepat. Dengan pengertian peminjam lebih mudah dan cepat memperoleh pinjaman sebagai penutup kebutuhan mendesak antara lain menipis modal, untuk biaya anak sekolah dan sebagainya. Selain itu, pinjaman biasanya dalam jumlah tidak besar, sehingga tidak perlu menghubungi Bank. Ada juga yang berpendapat bahwa mereka tidak bisa atau 'malu' berhubungan dengan Bank atau Koperasi. Mungkin ini ada kaitan dengan tingkat pendidikan mereka?. Namun nada penekanan bahwa membuat pinjaman pada Bank lebih "jlimet" dan berbelit-belit, meskipun mereka merasa memiliki jaminan.

Diduga sementara mereka lebih cenderung menghambat kepada para pelepas uang berbunga, tidak menutup kemungkinan akan terwujudnya "budaya pedagang" yang mampu mengurangi peran dan wibawa pedagang serta fungsi pasar itu sendiri. Selanjutnya pedagang akan kurang dapat di harapkan sebagai salah satu potensi pendukung ekonomi pasar (daerah), tapi justru beban pembangunan daerah khususnya dan pembangunan nasional umumnya.

Bila diperhatikan lebih mendalam tentang asal usul modal uang ketika mereka mulai berdagang, sebagian besar dari mereka menggunakan modal yang berasal dari milik sendiri, yaitu hasil mengencangkan ikat pinggang yang kemudian disimpan dalam tabungan yang terbuat dari bambu dan tanah liat. Disisi lain diantara mereka mendapat warisan dari orang tua nya berupa barang bergerak dan tidak bergerak atau kedua-duanya yang diolah sehingga cukup untuk modal atau penambah modal. Selain itu dapat ditemui pula, bahwa orang tua mereka ketika masih hidup mata pencahariannya berdagang dan setelah ditinggalkan orangtuanya (telah meninggal) usahanya diteruskan oleh anak-anak mereka. Atau orang tua suami meninggal dan dimasa hidupnya memiliki banyak uang, hingga uang tersebut digunakan untuk modal berdagang serta

banyak lagi bentuk warisan yang lain.

Mengenai modal dalam bentuk barang disini adalah barang konkrit yaitu barang bergerak seperti sarana berdagang (berproduksi) dan barang tidak bergerak antara lain tanah, rumah, untuk barang bergerak yang berupa kebutuhan sehari-hari (primer/pokok) maupun kebutuhan sekunder ada dipasar Cempaka Putih. Sebagai contoh dari bahan-bahan mentah seperti hasil laut, peternakan, pertanian, dan sebagainya sampai pada makanan siap santap yang diujakan atau digelar di warung, benda-benda sederhana dan yang antik serta canggih tersedia dipasar tersebut.

Untuk barang tidak bergerak seperti toko, kios atau tempat yang dihuni, berfungsi sebagai faktor produksi yang pasif, tempat-tempat itu umumnya berasal dari pembelian dengan uang sendiri. Ada juga pemilik lama merasa kurang bahkan tidak mampu lagi berdagang dan ingin mengganti kegiatan mata pencaharian, kemudian kiosnya dijual ke orang lain/kepada pedagang lain

Bagi, pedagang yang membeli itu ingin meningkatkan usaha dagangannya dan memperluas kiosnya. Adakalanya oleh si pemilik kios hanya menyewakan kepada kerabatnya atau pedagang lain yang ingin membeli kios dan dagangannya. Dan ada pula yang menyewakan kepada pedagang kaki lima yang memiliki modal cukup besar sehingga status mereka berubah menjadi kios dengan dagangan aneka macam kebutuhan pokok masyarakat. Ini tampaknya salah satu penyebab jumlah kios di Pasar Cempaka Putih lambat sekali bertambah, bahkan mungkin tidak bertambah, mengingat sebanyak yang dijual sebanyak itu pula yang membeli. Penambahan kios baru sangat kurang sekali.

Dari penggolongan modal yang kami amati selama penelitian ternyata toko lebih besar yang kotan dalam memperoleh barang dagangan. Sedangkan pada kios dan kaki lima lebih mengutamakan kontan daripada bayar belakangan. Hal ini diduga modal pada kios dan kaki lima cenderung lebih kecil dibandingkan dengan toko, atau mungkin juga karena toko pada umumnya terdiri dari non pribumi yang kurang membuka diri dalam hal ini membicarakan modal.

Sebagaimana telah dikemukakan diatas bahwa untuk berproduksi perlu modal dalam bentuk uang, barang dan jasa. Yang dimaksud jasa yaitu keahlian tertentu atau kekuatan tenaga fisik, seperti para buruh atau kuli angkut, kuli yang bergerak dibidang transportasi.

Tidak dapat disangkal bahwa para pedagang hanya merupakan sebuah mata rantai dalam ekonomi pasar. Pedagang menghubungkan produsen dengan konsumen. Pedagang membeli hasil produksi para produsen dan menjual pada konsumen. Dalam jasanya ini pedagang mendapat imbalan berupa keuntungan.

Bagaimana para pedagang memperoleh barang dagangannya? Dari hasil wawancara mendalam dapat dijelaskan bahwa sebagian besar mereka membeli langsung ditempat barang dagangan dipusatkan oleh pedagang-pedagang dari luar Jakarta yaitu Pasar Induk (Kramat jati). Pedagang yang menerima barang dagangan ditempat atau diantar ditempat sipedagang, cukup banyak juga. Dan yang lain barang dagangannya ada yang dibeli langsung dan ada yang diantar. Untuk mengambil dan mengantar barang ini para pedagang mempergunakan jasa angkutan mobil dan kuli angkut dari mobil ditempat sipedagang, cukup banyak juga. Dan yang lainnya barang dagangannya ada yang di beli langsung ada yang diantar. Untuk mengambil dan mengantar barang ini para pedagang mempergunakan jasa angkutan mobil daan kuli angkut dari mobil ditempat, seperti ketoko atau ke kios-kios.

Semenjak selesainya pelebaran jalan Letjen. Suprpto mengakibatkan lancarnya komunikasi antar kota/wilayah. Hal ini tampak diikuti oleh meningkatnya para penjual jasa. Umumnya mereka bergerak di bidang transportasi, misalnya sopir, mobil, buruh angkut, tukang gerobak dan lain-lain. Sopir dengan mobilnya menunggu penumpang ditempat yang telah ditentukan oleh pihak keamanan yaitu di dekat kantor polisi Cempaka Putih. Mereka mencari penumpang dengan teratur tanpa keributan. Bila terdapat kericuhan dapat dikatakan masih dalam kategori kewajaran. Dalam hal ini memang ada petugas khusus yang mengatur mobil-mobil angkutan untuk pasang muatan dan waktu pemberangkatan, mereka diatur secara bergilir. Umumnya semua sopir-sopir tersebut mematuhi aturan dan giliran tersebut. Dan pada dasarnya jarang sekali terdapat sopir yang tidak mendapat muatan, walaupun tujuan dan arah mereka berbeda-beda.

3.9. Hubungan Sosial

Pasar yang pada dasarnya merupakan arena pertemuan sosial didalamnya terdapat berbagai hubungan sosial yang melandasinya, sehingga masing-masing bisa berperilaku sesuai dengan peranan yang dimainkannya.

Berbagai kelompok sosial yang terdapat di Pasar Cempaka Putih bersifat heterogen. Aneka suku bangsa terdapat didalamnya seperti suku Minangkabau, suku bangsa Sunda, suku bangsa Jawa, suku bangsa Madura, suku bangsa Batak dan suku bangsa Tionghoa. Untuk suku bangsa Minagkabau mempunyai jumlah yang terdapat disebut sebagai golongan mayoritas. Dengan itu terlihat gejala pendominasian kebudayaan dari suku bangsa tertentu. Dan imbasnya cukup di rasakan oleh para karyawan khususnya pimpinan pasar. Meskipun demikian, untuk berinteraksi sosial antar suku bangsa terdapat simbol-simbol, aturan-aturan dan nilai-nilai yang seakan-akan telah disepakati bersama untuk digunakan sehari-hari. Akan tetapi, apabila interaksi sosial merupakan interaksi antara anggota dari suku bangsa yang sama baik itu

karyawan dengan karyawan, pedagang dengan karyawan, dan sebagainya, maka mereka lebih cenderung menggunakan simbol-simbol dari kebudayaan suku bangsa sendiri. Untuk lebih jelasnya, di bawah ini akan di paparkan bentuk-bentuk hubungan sosial tersebut.

Walaupun demikian tidak bisa dipungkiri apabila dalam menjaring pembeli sering terjadi persaingan. Persaingan tersebut tampak pada saat terjadi tawar menawar dengan pembeli. Bila ada pedagang lain juga ikut-ikutan menawarkan. Bentuk persaingan yang lain adalah dalam rangka berlomba memainkan harga. Ada sementara pedagang yang memasang harga agak miring di bandingkan harga barang pada pedagang pedagang lain. Hal ini tentu saja bertujuan untuk menarik minat pembeli. Jadi prinsip untung sedikit asal laku banyak rupanya juga di kenal oleh pedagang di Pasar Cempaka Putih. Rupanya persaingan terselubung tersebut sudah menjadi seni tersendiri dalam dunia perdagangan pada umumnya dan pedagang di Pasar Cempaka Putih pada Khususnya. Dengan demikian walaupun terjadi persaingan tetapi didalam hubungan kesehariannya tercipta kerjasama yang cukup baik inilah keunikan para pedagang.

Hubungan Antara Pedagang Dan Pembeli

Setiap kedatangannya dipasar dapat dipastikan bahwa orang akan berbelanja dan setiap kali itu pula ia akan berhadapan dengan penjual/ pedagang . Frekuensi berbelanja ini pada akhirnya akan mempengaruhi hubungan kedua belah pihak yang saling berkepentingan. Rutinitas pertemuan tersebut bisa menimbulkan adanya hubungan sosial yang baik yang saling menguntungkan satu sama lain. Akibat dari rutinitas berbelanja tersebut maka tidak jarang jika diantara mereka terjadi hubungan semakin akrab yang akhirnya menjadikan pedagang / pembeli tersebut sebagai langganannya.

Dalam hubungan yang demikian ini kedua belah pihak bisa menarik keuntungan. Biasanya pembeli yang sudah terbiasa berbelanja di pedagang lain. Hubungan baik ini terbawa pula sampai luar arena pasar. Di samping mendapatkan harga yang relatif murah, jika pada suatu saat entah pedagang atau pembeli mengalami sesuatu hal maka mereka akan saling memberitahu.

Disamping meyebabkan timbulnya hubungan yang baik, ternyata hubungan pedagang dan pembeli tidak selamanya baik. Hal ini mungkin disebabkan perasaan saling asing diantara keduanya karena tidak atau belum pernah bertemu. Buruknya hubungan ini bisa disebabkan oleh tutur kata yang kurang baik, baik dari pedagang maupun pihak pembeli. Tidak jarang hal ini bisa menimbulkan sakit hati, bahkan secara spontan keluar kata-kata yang bersifat umpatan, tutur kata atau sopan santun yang kurang baik tersebut mungkin dipengaruhi oleh latar belakang sosial budaya pedagang dengan pembeli sehingga bisa menimbulkan salah paham. Misalnya sifat judes, kasar

dan lain sebagainya.

Hubungan Pedagang Dengan Karyawan PD. Pasar Jaya

Hubungan di antara pedagang dengan karyawan sebenarnya merupakan hubungan kerja yaitu pada saat terjadinya pungutan uang listrik, kebersihan, sewa kios, keamanan karcis dan MCK. Oleh karena itu hubungan tersebut menyangkut masalah uang maka hubungan yang terjalin bersifat keras. Disatu pihak, karyawan tersebut bekerja sesuai surat keputusan tetapi dilain pihak pedagang biasanya adalah karena sepi pengunjung sehingga belum ada uang masuk, karena sedang sibuk melayani pembeli sehingga tidak sempat membayar dan lain-lainnya.

Namun demikian tidak selamanya hubungan antara para karyawan dengan pedagang itu baik. Hal ini dimungkinkan misalnya karena hubungan kekerabatan atau pertemanan diantara mereka yang sudah terjalin lama.

Akibat dari hubungan yang kurang baik ini menyebabkan terjadi penunggakan-penunggakan uang seteron dalam jumlah yang tidak sedikit. Tunggakan uang seteron ini disebabkan ketidaksadaran para pedagang untuk membayar iuran yang diwajibkan kepadanya. Keengganan membayar iuran itu dipengaruhi oleh latar belakang suku bangsa pedagang, yang sudah menjadi rahasia umum bahwa orang Minang itu pelit dalam mengeluarkan uang walaupun uang walaupun untuk kepentingan sendiri.

Hubungan Pedagang dan Pembeli dengan Penjual Jasa

Berbicara mengenai pasar menjadi kurang afdol jika tidak membicarakan masalah penjual jasa karena berkat jasa merekalah beban berat pedagang dan pembeli menjadi ringan. Bekerja sebagai penjual jasa tidak memerlukan hanyalah tenaga. Namun berkat tenaga mereka angkut mengangkut di pasar bisa teratasi.

Hubungan yang mendasari keterkaitan pedagang penjual jasa adalah kerjasama. Biasanya pedagang sudah mempunyai langganan penjual jasa yang bisa disuruh setiap saat diperlukan. Oleh karena itu dikatakan di sini bahwa sebetulnya pekerjaan yang didapat oleh penjual jasa itu sebenarnya juga merupakan faktor penarik bagi pembeli, lebih lebih jika barang yang dibeli dalam jumlah besar dan tidak terangkut sendiri maka tenaga penjual jasa menjadi diperlukan. Dengan kata lain dapat dihubungkan antara penjual pembeli dan penjual jasa merupakan hubungan yang saling menguntungkan.

3.10. Perilaku Konsumen

Dalam sub bab ini akan di sajikan gambaran mengenai karakteristik dan perilaku konsumen. Dalam pembahasan akan dicoba mengemukakan faktor-faktor pendukung

yang saling berkaitan seperti pola hidup, kecenderungan pemilihan tempat berbelanja (pasar tradisional dan pasar swalayan), dan faktor lain yang diduga cukup berpengaruh.

A. Karakteristik Konsumen

Berdasarkan sample dalam penelitian ini adalah ibu rumah tangga, maka komposisi jenis usia berkisar antara lebih dari 20 tahun sampai dengan 50 tahun lebih. Prosentase secara detail dapat diklasifikasikan sebagai berikut : (lihat tabel III.6).

TABEL III. I
PENGGOLONGAN UMUR KONSUMEN

	Kategori	Jumlah	%
1.	> 20 - < 30 tahun	13	15,4
2.	30 - < 40 tahun	45	53,6
3	40 - <50 tahun	22	26,2
4	> 50 tahun	4	4,8
	Total	84	100

Dengan memperhatikan data-data pada tabel diatas, tampak bahwa sebagian besar ibu rumah tangga berumur antara 30 tahun sampai kurang dari 40 tahun. Pada usia ini dimungkinkan mereka banyak dibebani kebutuhan yang sangat mendesak. Hal ini dikaitkan dengan banyaknya kebutuhan keluarga yang harus di penuhi seperti kebutuhan untuk dapur, anak balita, pendidikan anak, pakaian, hiburan dan sebagainya.

Dengan demikian pengeluaran harian cenderung lebih banyak mengarah pada tempat perbelanjaan yang sesuai dengan kondisi ekonomi keluarga.

Bila melihat catatan jenis pekerjaan para responden (Ibu rumah tangga), Menunjukkan perbandingan angka yang tidak jauh berbeda antara mereka yang bekerja dengan mereka yang khusus mengelola rumah tangganya. Adapun jenis pekerjaan ibu yang bekerja diluar seperti tertera pada tabel III.2 dibawah Ini.

Tabel III.2

PENGGOLONGAN JENIS PEKERJAAN KONSUMEN

Jenis Pekerjaan	Jumlah	%
1. Pegawai Negeri	8	13,3
2. Karyawan	28	46,7
3. Wisatawan	22	36,7
4. Profesional	2	3,3
Total	60	100

Jenis pekerjaan yang mereka tekuni ini umumnya telah lama dilakukan. Sikap mencoba dan berpindah-pindah pekerjaan sangat dihindari, bila ada pekerjaan sambilan itu hanya bersifat sementara. Mereka selalu berusaha meningkatkan karier menurut bidangnya masing-masing.

Tabel III.3
WAKTU KERJA KONSUMEN

Waktu kerja	Jumlah	%
1. Pagi- Sore	6	10
2. Pagi- sore	43	71.7
3. Tidak menentu	11	18.3
Total	60	100

Dari data pada tabel diatas terlihat bahwa sebagian besar dari mereka menghabiskan untuk bekerja diluar rumah tangga mereka. Atas dasar itu dapat di pahami para ibu disini telah memiliki orientasi luas baik pengembangan prbadi maupun karier. Di sisi lain mereka relatif tidak memiliki waktu untuk membelanjakan uangnya di waktu pagi. Adapula tugas berbelanja umumnya dilimpahkan kepada pembantu atau saudara yang tinggal satu rumah dan dimungkinkan oleh anak sendiri.

Untuk mereka yang hanya bekerja dari pagi hingga siang, masih memiliki kesempatan belanja yaitu saat pulang kerja dimanfaatkan singgah dipasar. Bagi mereka yang bekerja tidak menentu akan lebih baik leluasa dalam menentukan kapan harus belanja.

TABEL III.4
PENGGOLONGAN
TINGKAT PENDIDIKAN KONSUMEN

Tingkat pendidikan	Jumlah	%
1. Rendah	7	8, 3
2. Sedang	69	82, 3
3. Tinggi	8	9, 5
Total	84	100

Dari tabel di atas terlihat bahwa dari mereka memiliki tingkat pendidikan sedang. Tingkat pendidikan sedang meliputi tamat SLTP dan tamat SLTA. Sedang mereka yang memiliki pendidikan rendah, meliputi tidak sekolah, tidak tamat SD dan tamat SD, tidak banyak jumlahnya. Bagi mereka yang berpendidikan tinggi relatif kecil.

Jika memperhatikan pekerjaan suami cukup beragam. Terinci dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL III. 5
PENGGOLONGAN JENIS PEKERJAAN SUAMI

Pekerjaan suami	Jumlah	%
1. Pegawai Negeri	47	62,7
2. Karyawan / Swasta	19	25,3
3. Wira swasta	8	10,7
4. Profesional	1	1,3
Total	75	100

Dari tabel diatas dapat di ketahuai, bahwa mereka yang suaminya bekerja sebagai Pegawai Negeri menunjukkan jumlah paling banyak, jika di bandingkan dengan mereka yang bekerja di kantor swasta (225, 3 %), Wiraswasta (10,7 %) dan profesional (1,3 %).

Selanjutnya di antara para suami tersebut tidak terdapat yang berperan ganda dalam pihak pekerja. Hal tersebut dapat dipahami mengingat jumlah jam kerja pegawai negeri cukup banyak yaitu dari jam 08.00 sampai dengan jam 15.00 bahkan ada yang sampai jam 17.00 seperti kantor-kantor yang di bawah naungan Gubernur DKI Jakarta.

Pekerjaan yang dimiliki ibu-ibu umumnya kebalikkan pekerjaan yang dimiliki suami mereka. Dimana persentase tertinggi tampak pada ibu yang bekerja pada instansi swasta, tidak seperti pekerjaan suami yang persentase terbesar pada pegawai negeri.

Pendidikan terakhir yang di tamatkan swami dapat dilihat dari tabel berikut ini

TABEL III. 6
PENGGOLONGAN TINGKAT PENDIDIKAN SUAMI

Tingkat pendidikan	Jumlah	%
1. Rendah	2	2,4
2. Sedang	38	42,5
3. Tinggi	44	52,4
Total	84	100

Pendidikan tinggi yang ditamatkan suami merupakan jumlah terbanyak : 44 (52,4 %). Sedangkan pendidikan suami yang di kategorikan sedang terdapat 45,2 % dan yang berpendidikan rendah hanya terdapat 2,4 %. Bila di kaitkan dengan tingkat pendidikan terakhir yang diraih ibu, tampak bertolak belakang. Sedang para ibu hanya berpendidikan SMA sederajat atau tamat SMP sederajat.

Dapat dijelaskan bahwa anggota keluarga yang tinggal serumah dengan responden dan terdiri dari suami daan anak, merupakan jumlah terbesar yakni 45,2 % . Kemudian diikuti presentase anggota keluarga responden yang meliputi suami , anak, pembantu sebesar 14,3 % dan suami, anak, saudara sebesar 4,8 %.

Selain itu dapat diketahui bahwa rumah tangga mereka selain bentuk keluarga batih disini adalah bentuk keluarga kecil dimana termasuk didalamnya suami, istri dan anak-anak yang belum menikah. Keluarga ini didasarkan pada pertalian perkawinan atau kehidupan suami istri. Sedangkan keluarga luas adalah terbentuknya pada pertalian darah dari sejumlah orang kerabat yang merupakan satu klan luas dari saudara-saudara dengan pasangan dan anak-anak mereka (J.Roos Eshlemen,1988 : hal 100 -103) .

Keberadaan komposisi keluarga tersebut memperjelas adanya kecenderungan banyaknya responden yang bekerja. Dengan itu peranan ibu dalam berbelanja kebutuhan sehari - hari dapat di gantikan oleh anak mereka yang sudah mampu, pembantu atau oleh saudara yaang tinggal dengan mereka.

TABEL III.7

PENGGOLONGAN TINGKAT PENDAPATAN KELUARGA

Tingkat Pendapatan	Frekuensi	%
< Rp 300.000,-	36	42,8
> Rp 300.000,- - < Rp 1.000.000,-	48	57,4
Total	84	100

Terlihat bahwa pendapatan keluarga yang cenderung rendah yaitu kurang dari Rp 300.000,- sejumlah 42,9% dan keluarga dengan tingkatan menengah dengan penghasilan keluarga sebesar lebih atau sama dengan Rp 300.000 ,- sampai kurang dari Rp 1.000.000,- sebanyak 57,1 %.

Penghasilan keluarga ini adalah jumlah penghasilan yang diperoleh suami dan istri apabila mereka bekerja, atau penghasilan diantara mereka bila diantara mereka tidak bekerja.

Dengan melihat gambaran dari karakteristik baik itu dari segi penghasilan,

pekerjaan, waktu kerja, usia , komposisi keluarga, diduga cukup mempengaruhi perilaku mereka yang berkaitan dengan kecenderungan belanja dan versi hidup mereka.

Dengan melihat gambaran dari karakteristik baik itu dari segi penghasilan, pekerjaan, waktu kerja, Usia komposisi keluarga, diduga cukup mempengaruhi perilaku mereka yang berkaitan dengan kecenderungan belanja dan versi hidup mereka.

B. Perilaku Konsumen

Dari hasil pengumpulan data bahwa sebagian besar para ibu dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari seperti sayuran, lauk-pauk, susu dan sebagainya dengan berbelanja di pasar inspres (Tradisional) dan pasar Swalayan sebanyak 76,2 %.

Namun pada dasarnya selain berbelanja di pasar inspres dan pasar Swalayan mereka juga berbelanja di tukang sayur yang menjajakan dagangannya disekitar rumah atau warung kecil yang menetap dilingkungannya (11,9 %). Tidak di ingkari pula sebagian dari mereka menggunakan pasar tradisional, pasar swalayan dan warung kecil (11,9 %).

Hal ini menunjukkan bahwa baik warung kecil atau tukang sayur menjual barang-barang kebutuhan dalam jumlah yang sedikit dan variasinyapun tidak banyak. Dengan demikian mereka menganggap tidak dapat memilih dengan leluasa, sehingga mencari tempat belanja yang lebih lengkap dan bervariasi yakni pasar tradisional atau pasar swalayan.

Dilihat dari frekuensi belanja dipasar inspres setiap bulannya bahwa konsumen yang setiap harinya berbelanja di pasar inspres sekitar 50 %. berarti kecenderungan konsumen untuk berbelanja di pasar inspres cukup tinggi.

Selain tersebut diatas terdapat gejala menarik pada konsumen dalam perilaku belanja dipasar inspres. Mereka yang menggunakan waktunya setiap hari atau pada hari kerja seperti dari senin hingga sabtu, mempunyai perbandingan yang hampir sama dengan mereka yang berbelanja kadang kala tidak begitu berbeda. Bagi mereka yang berbelanja kadang kala justru sering dua tiga kali sehari berkunjung kepasar.

Adapun jam yang mereka gunakan untuk berbelanja kepasar inspres sebagian besar pada pagi hari. Dan sisanya adalah mereka yang berbelanja pada waktu siang hari dan tidak mereka yang berbelanja pada waktu siang hari dan tidak menentu dalam arti mereka dapat berbelanja pada pagi hari atau siang hari.

Uraian tersebut diatas tampaknya tidak terdapat pada frekuensi berbelanja konsumen lapisan menengah kebawah dalam berbelanja dipasar swalayan . Hal tersebut di lihat pada tabel berikut ini.

TABEL III.8.
FREKUENSI BELANJA DI PASAR SWALAYAN /BULAN

Frekuensi Berbelanja	Jumlah	%
< 5 Kali	61	72,6
> 5 - 10 kali	19	22,6
> 10 kali	4	4,8
Total	84	100

Jelas disini bahwa responden yang berbelanja kurang dari 5 kali ke pasar swalayan merupakan angka terbesar yaitu 72,6 %. Sedangkan yang paling sering berbelanja ke pasar swalayan dengan frekwensi belanja lebih atau sama dengan 10 kali hanya terdapat sedikit jumlahnya yaitu 4,8 %.

Dengan demikian, mereka yang berbelanja di pasar swalayan lebih sedikit merupakan bentuk keluarga batih. Dengan demikian pengeluaran dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari memungkinkan untuk jumlah lebih sedikit dibandingkan mereka yang berasal dari suatu keluarga luas.

Adapun mereka yang berbelanja di pasar swalayan di pasar swalayan sebagian besar mengeluarkan uang untuk sekali berbelanja di pasar swalayan sebesar sama dengan atau lebih dari 15.000,-. Tampak lebih besarnya pengeluaran khususnya pada lapisan menengah kebawah untuk sekali berbelanja di pasar swalayan ini, dimungkinkan barang-barang yang beli di pasar swalayan adalah barang untuk dalam jangka waktu tertentu, misalnya untuk selama satu bulan. Hal ini tentu berbeda bila dibandingkan dengan saat mereka berbelanja di pasar tradisional.

Berdasarkan alasan mereka berbelanja di pasar tradisional cukup rasional, karena harga barang di pasar dapat ditawar dan relatif lebih murah dibandingkan harga yang ada di pasar swalayan lebih banyak di dorong oleh keadaan karakteristik fisik pasar itu sendiri seperti kenyamanan, ber-AC, fasilitas dan sarana yang memuaskan.

Namun terdapat alasan bahwa berbelanja di pasar swalayan karena barang yang dibandingkan dengan yang berbelanja di pasar tradisional. Dimana pasar tradisional dapat dikatakan sebagai tempat utama bagi responden dalam memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya.

Data lain menjelaskan bahwa hari libur seperti hari minggu, adalah hari yang sesuai untuk belanja ke pasar swalayan 50 %. Sedangkan mereka yang belanja ke pasar swalayan dengan waktu tidak menentu dalam arti dapat pergi ke pasar swalayan pada hari biasa ataupun hari minggu terdapat 31 %.

Bila di lihat dari waktu berbelanja respon jelaslah bahwa adanya suatu fungsi yang berbeda antara pasar swalayan dengan pasar tradisional. Fungsi ini dimungkinkan

merupakan suatu daya tarik bagi responden dan keluarga untuk mengunjungi kedua pasar tersebut.

Bila dilihat dari jam kunjungan responden kepasar swalayan ini lebih beragam dibanding dengan pasar tradisional. Hal tersebut mengingat pasar inpres pada sore hari sebagian besar pedagang meninggalkan pasar, sedangkan pasar swalayan masih buka hingga malam hari yakni pukul 21.00 wib.

Mengenai besarnya pengeluaran hampir 65 % dari responden mengeluarkan uang kurang dari Rp. 10.000,- untuk sekali belanja di pasar tradisional. Sedangkan mereka yang mengeluarkan uang sama dengan atau lebih dari Rp 10.000,- hanya sekitar 35 %.

Sebenarnya besarnya pengeluaran sekali belanja responden ini berkaitan dengan bentuk keluarga responden itu sendiri. Seperti telah diketahui bahwa mayoritas responden di tawarkannya lengkap, mutu yang baik, harga tetap, sarana rekreasi, pelayanan memuaskan, selain itu juga terdapat motif pelindung seperti kenyamanan, kebersihan, motif ini merupakan daya tarik bagi konsumen untuk mengunjungi pasar swalayan.

Atas dasar tanggapan responden mengenai kelengkapan barang yang ada di pasar tradisional, ternyata mereka mengetahui bahwa di pasar tradisional, ternyata mereka mengetahui bahwa di pasar tradisional pun mempunyai kelengkapan barang yang tersedia. Namun umumnya mereka berbelanja di pasar tradisional hanya sayuran, lauk pauk atau buah dalam arti hanya untuk kebutuhan sehari-hari. Secara jelas juga terdapat gambaran mengenai kebersihan pasar tradisional yang masih membutuhkan peningkatan secara mantap. Dari segi keamanan, Pasar Cempaka Putih cukup aman. Kendaraan yang aman ini membuat betah berbelanja di pasar ini.

Kondisi pasar ini dapat diketahui lebih jelas lagi adanya tanggapan bahwa penataan barang cukup menarik dan rapih. Berdasarkan tanggapan responden terhadap pasar swalayan sebagian besar dari mereka mengakui kelebihan yang ada di pasar swalayan yang meliputi kelengkapan barang, keamanan, serta kebersihannya.

Terlihat gejala menarik seperti kondisi pasar swalayan yang berbeda dengan pasar tradisional maupun berperan sebagai pilihan tempat berbelanja para konsumen sesuai dengan keberadaan masing-masing.

Selanjutnya tak dapat di pungkiri bahwa berbelanja merupakan suatu kebutuhan hidupnya. Dan tempat berbelanjanya dapat menunjukkan apakah responden memiliki suatu kebutuhan atau keharusan bagi dirinya maupun keluarganya untuk berbelanja di suatu tempat berbelanja seperti pasar tradisional atau pasar swalayan. Dengan kata lain bahwa suatu kebiasaan berbelanja dapat merupakan salah satu cermin tingkah laku (gaya hidup) dari suatu lapisan (Bagaimana pressinda 1992 : hal 7).

Oleh sebab itu dapat dimengerti bahwa lapisan menengah kebawah yang memiliki kebiasaan berbelanja di pasar tradisional menganggap pasar tersebut merupakan tempat “buku” untuk berbelanja.

BAB IV

DAMPAK PEMBANGUNAN EKONOMI (PASAR) TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL BUDAYA MASYARAKAT DAERAH

Setiap orang dalam kehidupannya senantiasa berusaha memperoleh kemudahan yang dapat menunjang dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian halnya dengan masyarakat kelurahan Cempaka Putih, mereka selalu berusaha semaksimal mungkin dalam pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Namun demikian, semakin majunya pembangunan yang dilaksanakan semakin kompleks pula berbagai kebutuhan hidup. Sesuatu yang diciptakan menuntut hal lain untuk melengkapi.

Pada saat kelurahan Cempaka Putih belum sepadat seperti sekarang ini, keberadaan berbagai hal yang salah satu diantaranya adalah pasar, adalah sangat di dambakan oleh masyarakat. Oleh karena itu, ketika terjadi pembangunan pemukiman secara besar-besaran di daerah Cempaka Putih tanpa dinyana menyebabkan timbulnya arena yang dalam kesehariannya menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari para pekerja bangunan tersebut. Pada awal berdirinya, penjual di arena (pasar) hanya menyediakan kebutuhan makan saja. Akan tetapi pada perkembangan selanjutnya ternyata banyak kebutuhan rumah tangga lain yang tersedia pula. Lebih-lebih setelah pemukiman penduduk menyebar luas di daerah Cempaka Putih, keberadaan pasar di daerah ini sangat dinantikan. Tanpa banyak mengalami hambatan yang berarti pasar yang pada mulanya hanya bertujuan memenuhi kebutuhan makan para pekerja bangunan tersebut menjadi sebuah pasar yang permanen bahkan dewasa ini telah berdiri pula swalayan, sejenis pasar dimana pembeli akan melayani diri sendiri tanpa bantuan pelayan / penjual kecuali dalam sistem pembayaran.

Pada dasarnya pasar merupakan arena tempat pertemuan penjual dan pembeli. Pihak penjual berperan menyediakan barang kebutuhan rumah tangga, mulai dari kebutuhan pangan hingga barang yang sifatnya tidak terlalu urgent dalam arti tidak harus dimiliki oleh mereka yang mampu. Barang-barang seperti ini misalnya adalah barang sekunder seperti perhiasan emas atau barang-barang elektronik. Pembeli berperan

sebagai orang yang membeli dan menggunakan barang yang mereka telah beli. Dengan demikian kedua peranan tersebut saling bergantung sama lain, tanpa keduanya pasar tidak mungkin ada. Jadi eksistensi pasar dimungkinkan oleh adanya penjual dan pembeli tersebut. Keterkaitan dua peranan penting dalam keberlangsungan pasar sangat dibutuhkan.

Demikian pula halnya dengan pasar di kelurahan Cempaka Putih. Keberadaan pasar tersebut tidak hanya dirasakan manfaatnya oleh penduduk Cempaka Putih saja tetapi lebih dari itu karena letak pasar yang strategis, di tepi jalan raya yang menghubungkan terminal Pulau Gadung dengan terminal Senen/stasiun Senen. Bahkan tidak hanya itu, hampir semua lintas bus kota yang dari Pulau Gadung lewat depan Pasar Cempaka Putih. Hal ini memudahkan setiap orang yang akan berbelanja, karena didukung oleh sarana transportasi yang cukup memadai.

Bagi masyarakat sekitar pasar baik yang berada di sebelah utara, selatan, atau timur pasar, pasar Cempaka Putih tidak bisa mereka abaikan karena hampir segala kebutuhan mereka peroleh disini. Hampir setiap pagi hingga sore bahkan malam hari bagi pasar swalayan tetap ramai oleh pengunjung. Hal ini ditambah lagi adanya daya sejumlah perusahaan yang berkantor satu lokasi dengan pasar. Tentu saja keberadaan perkantoran tersebut turut memacu kelangsungan hidup pasar. Hal ini disebabkan oleh kesibukkan para karyawan di kantor-kantor tersebut sehingga banyak diantara mereka yang menggunakan waktu istirahat siang untuk berbelanja kebutuhan hidup sehari-hari.

Pada dasarnya pasar kelurahan Cempaka Putih ini letaknya satu lokasi dengan pertokoan, perkantoran dan pasar swalayan, gedung bioskop. Satu sama lain saling berpengaruh dalam eksistensi mereka. Keadaan saling berpengaruh tersebut di manifestasikan dalam rangka survey sehingga masing-masing komponen mendukung tidak saling menjatuhkan.

Disamping saling keterkaitan yang menguntungkan bagi organisasi (perkantoran, pertokoan, pasar), ternyata keberadaan mereka dalam satu lokasi juga bermanfaat bagi masyarakat sekitar pasar Cempaka Putih menyadari akan besarnya manfaat dari pasar tersebut, bahkan letak pasar yang satu lokasi dengan perkantoran, perbankan dan pasar swalayanpun sangat terasa faedahnya.

Pembicaraan mengenai dampak pembangunan ekonomi (pasar) terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat daerah Cempaka Putih ini dibagi di dalam beberapa sub bab fokus pembicaraan bisa terkonsentrasi.

4.1. Perkantoran

Masalah pembangunan perkantoran disekitar pasar Cempaka Putih sangat berpengaruh dalam rangka kelancaran pasar agar tetap survive karena tanpa pembeli,

pasar akan gulung tikar dan akhirnya tutup. Dikatakan bahwa keberadaan perkantoran sangat berpengaruh terhadap lingkungan masyarakat karena tingkat sosial budaya bisa terangkat akibat kondisi perkantoran tersebut.

Hal seperti diatas dapat diambil contoh, misalnya dengan berdirinya kantor-kantor disuatu lokasi dalam hal ini adalah Cempaka Putih maka masyarakat sekitar kemingkingan besar bisa bekerja dikantor tersebut. Oleh karena mereka itu telah faham medan atau situasi dan kondisi daerahnya maka jabatan keamanan atau satpam pantas mereka sandang. Namun demikian pada kenyataannya bukan hanya jabatan ini yang bisa diemban, tergantung kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki. Bahkan tidak jarang ada pula yang memanfaatkan dirinya sebagai juru parkir.

Dengan kata lain, sebagai sarana sosial pada ditunjang oleh sarana dan prasarana lain yang saling menguntungkan. Dalam hal ini kondisi perkantoran yang dibangun satu lokasi dengan pasar ternyata tidak menimbulkan dampak yang negatif. Lebih dari itu ternyata keduanya bisa saling menguntungkan.

Disamping perkantoran pada umumnya, jasa perbankan juga tersedia di lokasi yang sama. Hal ini sangat besar manfaatnya bagi masyarakat pengguna jasa perbankan yang tempat tinggalnya dikelurahan Cempaka Putih, tempat penelitian ini dilakukan. Dengan kemudahan yang di dapat, karena masyarakat bisa pergi ke Bank (entah menaung atau menabung) seusai berbelanja atau sebaliknya sebelum pergi ke pasar. Namun karena jarak pasar dengan Bank yang hanya beberapa meter maka berbelanja dan ke Bank bisa dilakukan secara bersama tanpa membuang watu atau dana ekstra.

Keadaan semacam ini semakin mendorong masyarakat untuk rajin menabung. Gejala semacam ini semakin tampak nyata karena masyarakat kota metropolitan yang super sibuk tidak mau buang-buang waktu secara percuma.

Diatas telah dikatakan bahwa berdirinya gedung perkantoran dilokasi dengan pasar dirasakan besar pengaruhnya terhadap peningkatan kehidupan sosial masyarakat Cempaka Putih. Manfaat yang kemungkinan besar terasa adalah terserapnya tenaga kerja disektor ini. Ini berarti program pemerintah untuk mengurangi pengangguran sedikit teratasi yaitu dengan masuknya tenaga kerja atau sumber daya manusia diberbagai jenis di kantor-kantor tersebut.

Lebih dari yang telah disebut diatas, dampak lain yang bersifat positif terhadap kehidupan sosial masyarakat adalah tumbuh dan berkembangnya tempat-tempat kost atau kontrakan. Sebagai kota perdagangan, industri, pusat pemerintahan dan pendidikan, Jakarta semakin sibuk lalu lintasnya. Hal ini menimbulkan adanya kemacetan lalu lintas dimana-mana tidak terkecuali di daerah penelitian ini, terutama di jalan Let.jend.

Suprpto kemacetan dapat disaksikan terutama pada jam-jam sibuk di pagi hari sewaktu orang pergi ke kantor, anak-anak pergi ke sekolah dan sore hari sewaktu orang-orang pulang kantor.

Sementara itu para pengusaha tidak mau mengerti akan keadaan semacam ini. Para karyawannya tetap dituntut untuk bekerja tepat waktu guna kemajuan perusahaan. Akibatnya banyak diantara mereka yang kemudian memilih tinggal didekat kantor. Satu-satunya cara yang ditempuh adalah tinggal ditempat kost. Usaha menyewa kamar tersebut semakin banyak saja disamping karena para penyewanya tidak mau ambil risiko terlambat sampai di kantor juga karena pelayanan bus-bus kota di Jakarta yang jauh dari rasa aman dan nyaman.

Keadaan bus-bus kota yang tidak aman dan tidak nyaman tersebut entah sampai kapan karena pada saat ini pun masih dapat kita temui di jalan-jalan seputar Jakarta ini. Bus-bus kota melaju dengan muatan yang sarat bahkan penumpang sampai berdesakan di pintu. Sedangkan kendaraan kecil seperti sepeda motor seolah tersisihkan oleh kendaraan lain seperti mobil pribadi, taksi atau bus-bus kota baik yang patas maupun yang tinggal didekat kantor yaitu di rumah-rumah penduduk yang disewakan/dikostkan.

Bagi penduduk yang menyewakan sebagian kamarnya tentu saja keberadaan kantor-kantor tersebut sangat di harapkan karena dengan menyewakan kamar berarti income tiap-tiap bulan akan bertambah. Dengan kata lain perekonomian keluarga bisa terbantu dan masalah keuangan bisa teratasi, lebih-lebih jika kamar yang disewakan itu lebih dari satu.

Membaiknya ekonomi keluarga memungkinkan timbulnya hasrat untuk berhubungan dengan Bank yaitu menabung. Bersamaan Bank tersebut terletak satu lokasi dengan pasar maka sambil berbelanja bisa sekaligus ke Bank untuk menabung.

4.2. Pembangunan Pasar.

Pada awal berdirinya, pasar Cempaka Putih hanya merupakan pasar bedeng yaitu pasar yang hanya menyediakan kebutuhan makan bagi para pekerja bangunan saat didaerah ini dibangun pemukiman penduduk. Rumah-rumah yang dibangun tersebut pada mulanya didirikan oleh instansi-instansi pemerintah guna menanggulangi masalah perumahan bagi para karyawannya. Pada jaman dahulu daerah Cempaka Putih merupakan daerah pinggiran yang jarang didatangi orang, selain berupa rawa-rawa juga dianggap angker karena merupakan daerah pembuangan mayat tak dikenal.

Kondisi yang demikian menyebabkan tidak berminatny orang untuk tinggal atau mempunyai rumah didaerah ini. Disamping itu pada jaman dahulu Cempaka Putih juga merupakan daerah terisolir, lebih-lebih sebelum dibukanya jalan-jalan yang menghubungkan dengan daerah lain.

Pada saat berlangsungnya pembangunan perumahan tersebutlah awal mulanya dikenalnya pasar ini. Dari bentuk usaha penjualan makanan maka berkembanglah kemudian pasar dalam arti yang sesungguhnya, yaitu arena tempat bertemunya pedagang dan pembeli. Pasar bedeng tersebut kemudian berkembang pesat bahkan pasar tersebut kemudian dikelola dengan baik sesuai dengan Inpres. Berkat ketelatenan dan keuletan para pengelola, maka pasar bedeng terangkat menjadi pasar Inpres dan mengalami pembangunan fisik secara besar-besaran. Pasar bedeng menjadi pasar permanen dengan los-los yang menunjang cara pedagang menggelar barang dagangannya

Pada bab III diatas telah dikatakan bahwa kurang lebih 60 % pedagang di pasar inpres Cempaka Putih adalah penduduk Cempaka Putih sendiri. Sedangkan sebagian kecil lainnya berasal dari daerah Cakung dan Madura. Para pedagang yang bukan dari Cempaka Putih adalah pedagang musiman, yaitu hanya pada musim tertentu saja mereka berdagang. Dengan demikian pedagang yang berasal dari daerah Cempaka Putih mendominasi pedagang dipasar Inpres tersebut.

Pada umumnya pekerjaan menjadi pedagang itu merupakan usaha pokok memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari bagi keluarga. Oleh karena itu usaha pedagang tersebut menjadi tumpuan harapan agar kebutuhan hidup bisa terpenuhi. Jadi mereka itu berdagang dalam bentuk usaha bersama keluarga. Mereka secara total mengharapkan dapat uang guna memenuhi kebutuhan seperti biaya pendidikan bagi anak-anak mereka, makan minum, sandang dan papan dan kebutuhan lain dalam rangka kehidupan sosial mereka di dalam masyarakat.

Totalitas dalam satu usaha perdagangan di pasar tersebut kadang menyebabkan timbulnya hal-hal yang berada di luar perkiraan mereka. Sebagai pedagang yang selalu bertumpu pada hasil penjualan ini menyebabkan timbulnya satu prinsip yang berlaku disemua pedagang. Prinsip tersebut adalah dapat menjual barang dagangan sebanyak mungkin agar kebutuhan hidup tercukupi tanpa adanya kepedulian terhadap kebersihan lingkungan berdagang.

Kondisi semacam ini merupakan salah satu dampak dari adanya pembangunan ekonomi pasar, dimana para pedagangnya bertumpu sepenuhnya kepada usaha berdagang itu sendiri. Dampak lain yang dapat dikatakan positif sifatnya adalah tertularnya para sanak saudara untuk turut berdagang di pasar mereka tersebut. Namun karena terbatasnya los-los yang tersedia maka mereka kemudian berdagang di kaki lima dengan cara penjualan yang tidak permanen sifatnya. Disatu sisi timbulnya pedagang kaki lima tersebut bisa mengurangi jumlah pengangguran tetapi di pihak lain menimbulkan masalah yang sulit untuk dicari pemecahannya karena biasanya tempat mangkal pedagang kaki lima tersebut tidak pada tempatnya. Sehingga kemungkinan sangat mengganggu ketertiban.

Dari kondisi ini dapat dikatakan bahwa menjamurnya usaha perdagangan kaki lima tersebut dapat menimbulkan dua sisi yang kontradiksi satu sama lain. Disatu pihak mengurangi jumlah pengangguran, walaupun sumber daya manusia semacam ini tanpa memiliki kemampuan dan pendidikan tinggi. Dipihak yang lain masalah pedagang kaki lima merupakan masalah yang harus di tangani dengan cermat karena menyangkut hal yang prinsipil yaitu usaha orang untuk mencari sesuap nasi.

Untuk pedagang kakilima di lingkungan pasar Cempaka Putih sebenarnya merupakan kasus yang khusus sifatnya karena pedagang kaki lima tersebut adalah masih ada hubungan keluarga dengan pedagang di pasar Cempaka Putih itu sendiri. Karena itu dapat di katakan disini bahwa pada dasarnya usaha berdagang dipasar Cempaka Putih itu sebagian besar merupakan usaha keluarga. Keadaan ini tidak mengherankan, karena semua anggota keluarga bisa terlibat langsung didalamnya mulai dari suami, istri, anak-anak bahkan keponakan atau adik sering terlibat berjualan di los yang sama.

Bentuk usaha keluarga ini bisa menimbulkan dampak yang bermacam-macam tergantung dari kaca mata mana melihatnya. Yang pertama dari sudut pemanfaatan sumber daya manusia. Dilihat dari sudut ini, usaha keluarga merupakan salah satu jenis yang efektif dan efisien karena semua anggota dapat di manfaatkan tenaganya. Sebaliknya di pihak lain, oleh karena merupakan satu-satunya usaha maka jika kondisi perekonomian sedang lesdan daya beli masyarakat turun maka usaha semacam ini dikawatirkan bisajatu. Akibat lainnya adalah makin menumpuknya hutang piutang pada renternir yang pada umumnya merajalela dipasar-pasar dan kehadirannya dinantikan oleh para pedagang walau bunga yang harus di bayar cukup tinggi.

Para renternir tersebut cukup dipercaya oleh para pedagang karena dengan prosedur yang tidak berbelit-belit mereka bisa meminjam uang. Ironisnya pedagang yang sudah mengenal renternir sukar sekali untuk tidak berhubungan lagi, seolah ketergantungan diantara mereka sudah mendarah daging. Para pedagang tersebut memanfaatkan kemudahan yang diberikan oleh para renternir.

Keadaan yang demikian ini justru merugikan para pedagang sendiri karena seolah-olah (tanpa disadari) mereka berdagang itu mencari uang untuk membayar hutang kepada renternir. Hal yang seperti ini apabila di biarkan berlarut-larut tentu saja akan merugikan para pedagang itu sendiri karena para pedagang tersebut dari hari kehari semakin dililit hutang. Lebih-lebih bunga yang dikenakan kepada para pedagang termasuk tinggi jika dibandingkan dengan bunga yang diterapkan oleh koperasi atau Bank.

Kemudahan yang diberikan oleh pihak renternir walaupun dengan bunga yang cukup tinggi, sangat menarik para pedagang sehingga koperasi yang dikelola oleh PD.

Pasar Jaya khususnya yang beroperasi di pasar Cempaka Putih menjadi kurang diminati. Hal ini menyebabkan rotasi keuangan koperasi menjadi terhambat. Untuk mencegah terjadinya kemacetan perputaran uang muka maka jalan yang ditempuh adalah di perbolehkannya para pengurus koperasi untuk meminjam uang dengan leluasa.

Dampak sosial lain yang di timbulkan oleh adanya pembangunan (ekonomi) pasar adalah bermunculan para penjual jasa, yang dalam hal ini kuli. Keberadaan mereka sebenarnya sangat membantu kelancaran kerja baik bagi para pedagang maupun para pembeli. Oleh karena itu biasanya para kuli sudah mempunyai langganan sendiri-sendiri. Biasanya para pedagang tersebut memanfaatkan tenaga kuli angkut sebagai salah satu upaya untuk menarik pembeli. Pada umumnya pembeli memilih berbelanja di pedagang yang menyediakan tenaga angkut barang sehingga barang-barang belanjaan bisa diantarkan ketempat yang dikehendaki, mislanya di tempat parkir mobil atau di halte tempat menunggu kendaraan.

Dampak lain yang bisa terlihat akibat pembangunan Pasar Cempaka Putih adalah rmunculnya para pedagang yang tidak resmi yang berasal dari luar daerah seperti Tambun . Mereka ini umumnya berdagang sayur-sayuran, ayam dan lain-lainnya . Oleh karena sifatnya yang tidak resmi karena tidak terdaftar maka para pedagang tersebut menetapkan harga yang jauh lebih murah sehingga menarik minat pembeli. Disamping itu, karena tidak resmi dan datangnya juga musiman maka mereka hanya menggelar dagangannya di tempat-tempat lesehan/kaki lima. Sifat dari pedagang semacam ini adalah menjemput pembeli. Kondisi yang demikian ini merugikan para pedagang yang tercatat resmi, karena pembelinya berkurang. Hal ini dikatakan sebagai salah satu dampak negatif dari pembangunan pasar itu sendiri. Walaupun demikian kemungkinan merugikan masyarakat sebagai konsumen belum terasakan, sebaliknya masyarakat justru mereka bisa berbelanja dengan harga yang agak miring.

Pengaruh lain atau manfaat lain yang bisa diperoleh dari adanya pasar di kelurahan Cempaka Putih, khususnya di RW 03 ini adalah kemudahan yang dipetik oleh masyarakat untuk mendapatkan berbagai macam barang kebutuhan hidup. Barang tersebut selain dapat di peroleh di pasar juga tersedia dipertokoan. Dengan kata lain, kebutuhan rumah tangga mulai dari sayur mayur hingga barang-barang mewah macam elektronik bisa dibeli di satu lokasi yaitu pasar Cempaka Putih atau pertokoan Cempaka Putih buka 24 jam non stop. Hal ini dapat dirasakan sekali oleh para pengusaha restoran karena setiap saat persediaan makanannya habis bisa langsung belanja di pasar tersebut, sehingga restoran tidak perlu di tutup.

Bagi masyarakat sekitar pasar yang kedatangan tamu misalnya dan kebetulan tidak ada makanan kecil guna menjamu tamunya maka tidak jarang mereka akan

kepasar mencari makanan/minuman untuk menjamu tamu tersebut. Lokasi pasar yang berada ditengah perkampungan penduduk memudahkan untuk didatangi, lebih-lebih sarana transportasi lingkungan pun ada sehingga apabila belanjaan cukup banyak kesulitan mengangkut belanjaan itu tidak dirasakan. Dari dalam pasar mereka bisa mengupah kuli sampai di pangkalan kendaraan umum disamping atau didepan pasar.

Menjamurnya para kuli angkut dipasar, pedagang kaki lima dan tukang parkir jalanan atau pemuda-pemuda pengatur lalu lintas tak resmi hanyalah sebagian kecil dari akibat adanya pembangunan pasar. Dari segi positifnya dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk nyata pengurangan pengangguran walaupun pekerjaan mereka tidak menuntut skill dan kemampuan. Bahkan sebagian dari mereka mengandalkan tenaga dan modal nekad saja. Pengaruh negatif dari tumbuh dan menjamurnya para pekerja-pekerja tadi adalah apabila terjadi saling rebutan rezeki atau rebutan lahan parkir atau rebutan langganan bagi para kuli. Akibat dari saling berebutan ini bisa membahayakan masyarakat pada umumnya dan masyarakat pasar pada khususnya. Tidak jarang pula terjadi keributan bahkan perkelahian diantara mereka. Kadang-kadang hanya disebabkan oleh masalah uang yang tidak seberapa jumlahnya bisa berakibat terjadinya pembunuhan. Namun demikian, hal ini ternyata tidak menjadikan para pekerja tersebut kecil nyalinya atau takut menjalankan tugasnya. Dengan kata lain, meskipun sudah sering terjadi keributan masih saja para pekerja sektor informal tadi tetap saja bekerja seolah-olah tidak pernah terjadi apa-apa.

Para pekerja disektor informal tersebut pada dasarnya tidak hanya beroperasi dipasar saja akan tetapi juga dilokasi perkantoran dan pertokoan Cempaka Putih. Keberadaan mereka bisa menguntungkan tetapi sebaliknya bisa pula merugikan karena penampilan mereka yang kadang-kadang awut-awutan, rambut gondrong, muka kusut dan tampang yang seram. Hal ini berpengaruh kepada para tamu yang hendak berbelanja lebih-lebih jika orang tersebut jarang datang kekompleks pertokoan atau pasar Cempaka Putih. Generalisasi ini sebenarnya kurang tepat, karena sifat atau perilaku seseorang tidak dapat dinilai dari penampilan fisik saja. Kekhawatiran atau ketakutan yang dimiliki oleh orang yang hendak berbelanja tersebut sebenarnya tidak perlu terjadi kalau seandainya pihak pengelola pasar dan pertokoan mengadakan pembinaan baik kepada juru parkir dan mengawasi pekerjaan mereka dengan baik.

Pembinaan yang mendesak untuk segera dilaksanakan adalah dalam rangka pengetahuan sopan santun dalam berhadapan dengan orang lain. Sopan santun ini diperlukan guna menjaga citra pasar dan pertokoan Cempaka Putih. Pelayanan yang baik dan penuh sopan santun senantiasa harus diterapkan agar orang tertarik untuk datang lagi dan membelanjakan uangnya disini. Disamping sopan santun yang harus diutamakan, keamanan para pengunjungpun tetap harus dapat prioritas pertama. Untuk mendapatkan pelayanan yang baik kepada pengunjung memang diperlukan keterpaduan

yang kongkrit dalam penanganannya yaitu antara para pejabat yang berwenang yang bertanggung jawab atas keberlangsungan pasar dengan para pedagang itu sendiri. Untuk mencapai itu semua diperlukan kerjasama yang baik dan kompak antar berbagai pihak.

Para pegawai PD. Pasar Jaya dalam hal ini diharapkan melakukan pembinaan yang bersifat positif dan membangun kepada para pedagang agar keberadaan dan kelancaran pasar tetap terjaga bahkan terjadi kemajuan yang sangat menguntungkan. Dalam praktek sehari-hari ada sebagian pegawai PD. Pasar Jaya yaitu pemungut uang retribusi dari pedagang sering melakukan tindakan yang kurang terpuji. Sebagai manusia yang kadang-kadang tidak kuat imannya, maka pekerjaan mengumpulkan uang retribusi tersebut dirasakan sebagai pekerjaan yang mengiurkan. Sehingga dalam menjalankan tugas kadang-kadang terjadi ketidakjujuran. Ketidakjujuran tersebut diduga pada saat penghitungan uang hasil retribusi, ada sebagian uang yang masuk kekantongnya sendiri.

Dalam kaitannya dengan tugas pemungutan uang retribusi ini orang selalu beranggapan bahwa pekerjaan di sektor ini termasuk orang yang beruntung karena bekerja di tempat yang basah. Sulit untuk mencari orang yang benar-benar jujur ditempat seperti ini. Praktek-praktek yang menguntungkan diri sendiri tetapi merugikan orang lain seperti kasus yang telah disebutkan tadi sudah ada sejak jaman dahulu dan sulit diberantas secara tuntas.

Akibat perbuatan orang yang tidak bertanggung itu pada akhirnya merugikan pemerintah DKI, karena uang yang diterima/pajak yang diterima tidak sesuai dengan yang telah ditargetkan. Boleh dikatakan disini bahwa terjadinya kemajuan pendapatan pasar yang tidak sepenuhnya diterima oleh pemerintah merupakan salah satu dampak negatif yang disarankan untuk dicarikan pemecahannya.

Disamping masalah retribusi pasar, masalah lain yang perlu ditangani adalah secara terpadu adalah masalah kebersihan lingkungan baik didalam pasar maupun disekitar pasar. Sampah-sampah yang menggunung ditempat penampungan bukan tidak mungkin mengganggu warga setempat. Disamping bau yang tidak sedap, pemandangan pun sudah tidak asri lagi karena banyaknya lalat-lalat yang berterbangan dan binatang lain yang mengais-ngais sisa-sisa makanan. Pengaruh negatif ini perlu dicarikan jalan keluarnya yang terbaik. Tindakan yang patut dilakukan adalah penyuluhan kesehatan yang sebaiknya dilakukan PD. Pasar Jaya yang dibantu oleh Pejabat kesehatan yang berwenang. Penanganan masalah kebersihan ini memang harus dilakukan karena pasar, pertokoan atau perkantoran yang kotor tidak bakal ditangani oleh orang. Apabila hal ini benar terjadi tidak hanya pegawai PD. Pasar Jaya yang rugi karena kehilangan pekerjaan, bagi para pedagang lebih terasa sebab mereka mengandalkan pendapatannya

dari berdagang. Jadi apabila terjadi, apabila pasar Cempaka Putih tidak dikunjungi orang maka tidak mustahil kebangkrutan akan mereka alami. Masalah tersebut adalah makin bertambahnya jumlah pengangguran. Apabila jumlah pengangguran meningkat tajam maka tindak kriminal pun dapat diperkirakan semakin banyak pula.

Masalah lain yang sering timbul diantara sesama pedagang adalah persaingan dalam memperebutkan langganan. Persaingan tersebut kadang-kadang dinilai kurang sehat, misalnya dengan menaikkan harga. Pedagang yang sehat menjual barang dagangannya jauh lebih murah dari pedagang yang lain untuk menarik pembeli. Sebenarnya pembinaan oleh pihak yang berwenang telah pernah dilaksanakan, termasuk dalam usaha menarik minat pembeli. Pembinaan tersebut dilakukan dalam bentuk penataran, tetapi rupanya para pedagang kurang berminat mengikuti penataran tersebut. Iming-iming uang transport peserta penataran pun telah dilakukan tetapi tetap saja mereka tidak tertarik mengikuti penataran. Alasan mereka tidak mau mengikuti penataran adalah membuang-buang waktu saja padahal jika mereka tetap di pasar dan membuka kiosnya kemungkinan mendapat uang itu pasti ada. Sebaliknya jika mereka mengikuti penataran, sudah lelah duduk mendengar ceramah, uang tidak diperoleh seperti mereka berdagang.

Ketidakmauan para pedagang untuk ditatar itu juga dipengaruhi oleh adanya kepercayaan bahwa naluri mereka adalah berdagang jadi tidak perlu penataran segala, toh selama ini tanpa penataran pun dagangan mereka laku juga. Keengganan para pedagang untuk mengikuti berbagai penataran yang di adakan disebabkan pula rendahnya tingkat pendidikan yang dimiliki oleh sebagian besar pedagang. Akibatnya mereka sulit untuk menerima sesuatu yang bersifat pembaharuan, sekalipun bertujuan untuk kemajuan mereka sendiri. Penataran yang diadakan tersebut pada dasarnya tetap bertujuan untuk kepentingan sendiri dalam rangka memajukan usaha perdagangannya.

Bentuk atau macam penataran tersebut antara lain adalah cara-cara pedagang menata barang dagangannya agar menarik sehingga pengunjung pasar berminat membeli, cara menjaga kebersihan lingkungan, hingga cara-cara kebersihan dan kerapihan diri. Semua ini merupakan usaha yang dilakukan oleh pihak yang berwenang, yaitu PD. Pasar Jaya dalam mengantisipasi melonjaknya pembangunan khususnya pasar, agar pedagang pasar mampu bersaing dalam meningkatkan omzet penjualan dagangannya dengan pengusaha ekonomi kuat yang membuka pasar swalayan.

Di kompleks pasar Cempaka Putih terdapat dua pasar swalayan yaitu Toserba dan Hero. Keberadaan swalayan tersebut sebenarnya tidak berpengaruh terlalu banyak terhadap pasar tradisional karena masing-masing punya sasaran konsumen sendiri-sendiri. Dari pengamatan yang kami lakukan selama ini kami dapat mengatakan bahwa sasaran pasar swalayan adalah masyarakat kelas menengah keatas sedangkan konsumen

pasar tradisional adalah menengah kebawah. Namun demikian keunikan sistem tawar menawar di pasar tradisional swalayan. Hal ini merupakan seni tersendiri karena apabila kurang pintar menawar maka harga yang disepakati bersama justru lebih mahal dari harga di swalayan. Bagi mereka yang enggan atau tidak mau bersusah payah tawar menawar tentu akan memilih belanja di swalayan bukan di pasar tradisional. Sebaliknya mereka yang ingin mendapatkan barang dengan harga miring tentu memilih berbelanja di pasar tradisional. Pertokoan yang mengatakan bahwa konsumen swalayan adalah golongan masyarakat ekonomi menengah keatas dan konsumen pasar tradisional adalah golongan menengah kebawah sebenarnya adalah tidak dapat tepat karena tidak mustahil adanya masyarakat golongan pertama tadi masih tetap berbelanja di pasar tradisional dan adapula masyarakat yang disebut kedua justru sering berbelanja di pasar swalayan.

Keserasian hubungan (dalam arti tidak ada persaingan) antara pedagang pasar tradisional dengan pasar swalayan berdampak positif bagi masyarakat karena mereka bisa melihat benda macam apa yang harus di beli dipasar swalayan atau di pasar tradisional. Mereka bebas memilih dengan sesuka hati.

Pendek kata, pembangunan pasar Cempaka Putih menimbulkan berbagai dampak bagi masyarakat disekitarnya, bagi para pedagang sendiri maupun bagi pihak berwenang yang mengelola pasar tersebut. Dampak pembangunan tersebut bisa bersifat positif maupun negatif, seperti telah diutarakan di atas.

Dengan mengembangkan Pasar Inpres (Tradisional) Cempaka Putih menjadi tempat yang cenderung bersih, rapi, indah, menawan dan serbaguna, serta didukung para pedagang yang berusaha mempertahankan dan meningkatkan kualitas barang, para pedagang telah dapat merasakan manfaatnya. Terutama membanjirnya para pembeli yang berarti meningkat pula laba yang diterima.

Mutu barang yang baik akan mampu memuaskan pembeli sekaligus merupakan alat promosi yang baik, karena pasar adalah sumber informasi. Selanjutnya bila mutu bahan makanan dapat ditingkatkan kualitasnya, maka langsung atau tidak langsung dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kualitas gizi masyarakat, ini berarti ikut serta dalam program pemerintah untuk mencerdaskan bangsa.

Dengan demikian pembangunan pasar juga pembangunan masyarakat (termasuk pedagang) bangsa dan negara. Secara keseluruhan dalam rangka mewujudkan masyarakat yang adil dan makmur serta menciptakan manusia Indonesia seutuhnya.

Pada bagian diatas telah dikatakan bahwa pada dasarnya berdagang di pasar Cempaka Putih merupakan mata pencaharian utama bagi para pedagang. Dalam hal ini kebutuhan ekonomi rumah tangga diharapkan bisa terpenuhi dari usaha berdagang tersebut, misanya kebutuhan makan, sandang, biaya pendidikan, rekreasi dan lain-lainnya. Namun demikian, ada kenyataanya banyak diantara keluarga pedagang tersebut

yang mempunyai pekerjaan di luar, disamping usaha perdagangan bersama keluarga dipasar Cempaka Putih adalah tidak bisa di pastikan karena bisa suami, istri atau anak-anak mereka.

Dengan kata lain dapat dikemukakan disini bahwa sebenarnya banyak di antara pedagang yang mempunyai pekerjaan diluar, dalam arti menjadi karyawan/pegawai baik di instansi pemerintah maupun perusahaan-perusahaan swasta. Dengan demikian, pekerjaan berdagang dan pekerjaan sebagai karyawan/pegawai tetap berjalan sebagaimana mestinya karena usaha berdagang merupakan usaha bersama satu keluarga. Jadi bila suami/istri bekerja maka salah satu di antara mereka yang tidak bekerja, bertugas menjaga kiosnya di pasar. Oleh karena itu penghasilan dari berdagang dan penghasilan dari bekerja di kantor tetap di gunakan untuk memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Pekerjaan di luar usaha perdagangan tersebut ada beberapa yang di peroleh informasinya dari sesama pedagang. Memang, walaupun secara logika mereka sama-sama berdagang bahkan menjajakan barang yang sama atau sejenis tetapi kerja sama dan gotong royong tetap mereka galang dengan baik. Rasa bersaing dalam berebut pembeli memang ada tetapi tidak sampai berpengaruh dalam pergaulan sosial mereka.

Dari wawancara dan observasi yang kami lakukan menunjukkan bahwa rasa kebersamaan di antara para pedagang ini besar sekali, bahkan sampai terbawa kepergaulan mereka di tempat tinggal mereka. Mereka yang kebetulan tinggal satu kampung akan lebih menggalang kebersamaan tersebut dengan mengadakan arisan dan membentuk yang uangnya bisa di pinjam oleh peserta arisan sendiri dengan masa pengembalian tergantung kesepakatan bersama. Disamping arisan sesama pedagang, sifat kebersamaan lain yang dipupuk oleh mereka adalah gotong-royong bantu membantu bila ada salah satu diantara mereka yang menemui kesulitan, atau sedang punya hajatan, kawinan, syukuran dan lain-lainnya.

Dengan demikian, keberadaan para pedagang tersebut di lingkungan masyarakat bisa diperhitungkan. Masyarakat bisa menilai kerjasama mereka cukup baik, karena tidak hanya di manifestasikan dalam pergaulan di pasar saja tetapi di lingkungan tempat tinggal pun di buktikan pula. Hal ini tentu saja makin memperkuat eksistensi para pedagang di lingkungan masyarakat. Jadi karena dimulai dari rasa senasib sepenanggungan, sama-sama pedagang di pasar Cempaka Putih maka berkembanglah rasa kebersamaan tersebut hingga kepada pergaulan di masyarakat lingkungan tempat tinggal. Disinilah letak keunikan dari para pedagang. Di satu pihak timbul persaingan dalam usaha menarik minat pembeli tetapi di lain pihak mereka menggalang kebersamaan sebagai sesama pedagang. Kalau boleh dikatakan disini ternyata pasar sangat besar pengaruhnya terhadap kehidupan para pedagang pada khususnya dan masyarakat

sekitar pada umumnya.

Bagi masyarakat sekitar, berbagai dampak yang diakibatkan oleh dibangunnya pasar telah diutarakan di atas. Namun demikian di bawah ini masih akan dikemukakan beberapa hal yang tampaknya belum muncul dibagian atas tadi. Sebagai pasar yang lokasinya terletak bersebelahan dengan perkantoran, swalayan, bioskop dan ditepi jalan penghubung yang senantiasa ramai tidak dapat dipungkiri bahwa pasar tersebut banyak diminati pembeli. Lebih dari itu, masyarakat sekitar pasar pun banyak sekali merasakan keuntungan dengan adanya pasar tersebut. Mereka kemudian memanfaatkan pasar tersebut dalam rangka memajukan ekonomi keluarga.

Dari segi jasa transportasi misalnya, banyak para tukang ojek yang mangkal di sekitar pasar. Sebelum angkutan becak dilarang beroperasi di Jakarta, para tukang becaklah yang banyak membantu para konsumen pasar Cempaka Putih pada waktu selesai berbelanja biasanya mereka sudah saling hafal sehingga sering menjadikan langganan untuk membawa barang belanjaan pulang kerumah.

Dengan di hapusnya becak dari percaturan angkutan murah di Jakarta ini, pada awalnya menimbulkan keluhan yang berkepanjangan dari para ibu-ibu rumah tangga. Mereka inilah yang merasa paling dirugikan dengan ditiadaknya becak, sehingga dalam transportasi hari-hari dari pasar menjadi sulit. Tak terbayangkan oleh mereka bila terpaksa harus berjalan kaki sementara belanjaan banyak sekali. Tak ketinggalan pula di daerah Cempaka Putih. Daerah ini bisa dikatakan menjadi daerah transit bagi para warga sekitarnya. Bila mereka turun dari kendaraan umum maka kendaraan yang kemudian di gunakan adalah ojek sepeda motor tersebut, ojek tersebut bisa digunakan sampai kerumah, tentunya dengan ongkos yang agak lebih mahal dibanding dengan becak dulu.

Bagi para pengusaha ojek, tentunya modal yang di gunakan lebih banyak dibandingkan dengan modal untuk usaha perbecakan. Disamping harga motor yang sudah mahal. Setiap kali pula harus mengisi bensin dan kadang-kadang harus mengganti oli agar motor bisa berjalan dan pengemudinya harus melengkapi surat-surat, surat ijin mengemudi (SIM) serta surat lainnya. Oleh karena itu tidak aneh jika ongkos jadi agak mahal. Ternyata kemahalan ongkos belum menjamin keamanan pengguna ojek dan kurang praktis karena bawaan seolah repot untukpenempatannya.

Selanjutnya bila musim hujan datang, ternyata disekitar pasar Cempaka Putih juga muncul para pengojek payung. Mereka ini biasanya anak-anak kecil, usia SD atau SMP. Dari segi penghasilan mereka memang mendapatkan upah tetapi dari segi keamanan kadang-kadang mengkhawatirkan. Namun demikian keberadaan mereka tetap dibutuhkan oleh para anggota masyarakat yang kebetulan kehujanan dan tidak membawa payung. Upah yang diterima dari para pengojek payung tersebut sedikit

banyak bisa membantu penambahan penghasilan yang kadang-kadang digunakan untuk membeli buku atau keperluan sekolah lainnya. Tak jarang pula uang tersebut diserahkan kepada ibunya untuk membantu kebutuhan rumah tangga.

Bagi orang yang mempunyai kepandaian dan hobbi memasak, jadi makin dekat pasar makin banyak keuntungan yang bisa dicapai. Selain untung dari segi uang, juga untung dari segi waktu karena waktu yang digunakan untuk kepasar Cempaka Putih tidak sebanyak dengan waktu yang digunakan untuk pergi ke pasar lain. Dengan demikian pagi-pagi sekali mereka sudah siap untuk pergi kepasar sehingga masih pagi pula mereka bisa menjajakan dagangannya.

Bagi para pedagang kecil yang menjajakan dagangannya digerobak-gerobak kecil diujung gang, keberadaan pasar juga besar manfaatnya. Mereka ini termasuk pedagang kaki lima yang menjemput pembeli, usaha macam ini bisa maju disebabkan oleh laba yang didapat cukup memadai, mereka belanja kepasar tidak perlu bayar transport karena bisa jalan kaki. Sedangkan barang yang dijajakan biasanya adalah rokok atau makanan kecil yang sudah barang tentu selalu di cari orang. Dengan demikian perputaran uang mereka cepat kembali sehingga usahanyapun semakin maju pula.

Selain tersebut diatas masalah pedagang juga ada yaitu kurang modal dan kurang memahami seluk beluk perdagangan dan prinsip pelayanan bahwa "pembeli adalah raja" tidak dipahami secara mendalam.

Meskipun pedagang di pasar berusaha mendapatkan harga tertinggi bagi barang dagangannya, namun dengan sedikit kekecualian yaitu mereka bukanlah kaum kapitalis yang menjadikan tujuan usahanya semata-mata untuk memperbesar modal dan mencari keuntungan sebanyak-banyaknya. Tujuan yang mereka inginkan tampaknya baru pada transaksi-transaksi tingkat yang sama sambil menyisihkan sekedar uang belanja rumah tangga sehari-hari.

Dengan demikian terlihat, adanya dikhotomi dalam kegiatan ekonomi pasar yaitu yang bersifat tradisional dan modern. Pasar tradisional ini sudah ada sebelumnya dan terus berkembang namun tetap mempertahankan ciri khasnya, dalam hal ini adanya hubungan langsung antara penjual dan pembeli serta adanya sistem harga luncur atau tawar menawar.

Sedangkan pasar modern/pasar swalayan berkembang karena adanya pengaruh dari luar (barat), membutuhkan modal yang kuat, menerapkan kemajuan teknologi dan dijalankan oleh orang-orang/ pengusaha yang berpengalaman menjalankan kegiatan tersebut.

Dengan demikian hubungan yang erat antara komunitas dunia usaha dan struktur kota yang modern, dapat dirasakan secara jelas oleh masyarakat. mereka melihat bahwa terdapat segi kontras antara tradisional dan modern, khususnya pasar tradisional dan pasar swalayan pasar modern.

Selanjutnya, dalam perkembangan pasar swalayan yang modern ini semakin kuat posisinya didalam masyarakat. Perkembangan pasar swalayan semakin meningkat ini tidak terlepas dari adanya perubahan yang terjadi didalam masyarakat perkotaan khususnya Jakarta. Berbeda dengan orang-orang di desa, yang diutamakan adalah perhatian khusus terhadap keperluan utama daripada kehidupan dengan lebih memperhatikan fungsi utama dari pakaian, makanan, rumah dan sebagainya. Sedangkan masyarakat perkotaan mempunyai pandangan yang berbeda, yakni mereka sudah memandang penggunaan kebutuhan hidup sehubungan dengan pandangan masyarakat di sekitarnya.

Gejala lain menunjukan dengan jelas perkembangan masyarakat Cempaka Putih dalam bidang pendidikan non formal. Keadaan ini terlihat adanya aneka ragam dan bentuk kursus seperti : menjahit, memasak, seni janur dan merangkai bunga, senam, berbagai bahasa, mengetik, komputer, management dan sebagainya. Semua itu dapat berlangsung dengan baik dan berkembang pesat karena didukung fasilitas yang cukup tersedia di pasar, kios dan toko. Barang-barang yang dibutuhkan selalu di sajikan dengan penataan yang menarik dan pelayanan yang mampu mengundang pelanggan dan simpatisan.

Terjangkaunya kemampuan memiliki benda-benda atau sarana pendidikan itu sangat di tentukan oleh kebijaksanaan dan pelayanan pemilik barang-barang yang dinilai amat mendukung masyarakat. Mereka menerima pesanan dalam jumlah kecil maupun besar dan waktu pesanan berlaku selama jam kerja mereka. Kaitannya dengan harga dapat dinilai amat mendukung masyarakat dapta dinilai lebih rendah jika di bandingkan dengan harga diluar kawasan pasar-pasar dan pertokoan tersebut. Kecenderungan lain yang mengarah kepada dukungan terlihat pula pada sistem pembayaran dengan berbagai cara antara lain danaan uang muka, kredit dan kontan. Selain itu sebagai tanda terima kasih dari pihak pedagang diberikan hadiah, bingkisan atau bonus bagi para pelanggan.

Dikalangan remaja pun tidak di pungkiri adanya kegiatan kegiatan yang meliputi kegiatan : mesjid (Pengajian, belajar baca tulis huruf arab, lomba Al-Qur'an) dan lingkungan RT (olah raga, kerja bakti, peringatan hari-hari besar nasional).

Kegiatan itu tidak dapat di lepaskan dari fungsi dan peranan pasar, termasuk uluran dana bantuan pemilik toko, kios maupun PD. Wisata Niaga Jaya yang ber status sponsor dalam kegiatan seperti perayaan hari ulang tahun kemerdekaan Republik Indonesia.

BAB V

ANALISA, KESIMPULAN DAN SARAN

Pemerataan pembangunan yang merupakan program pemerintah pada saat ini sudah hampir tampak nyata hasilnya. Tak terkecuali pembangunan fisik dan non fisik di masyarakat Rw 03 Kelurahan Cempaka Putih Barat.

Pembangunan fisik Pasar Cempaka Putih sepenuhnya telah dilaksanakan oleh pemerintah dan dampaknya telah dirasakan dengan baik oleh masyarakat pasar itu sendiri maupun masyarakat sekitar. Bagi masyarakat pasar yang dalam hal ini adalah para pedagang, pembangunan fisik pasar itu telah banyak mempengaruhi pola pikirnya dalam usaha perdagangannya. Peran serta para karyawan PD. Pasar Jaya dalam merubah pola pikir para pedagang tersebut di wujudkan dalam bentuk berbagai penataran yang diwajibkan untuk diikuti oleh para pedagang. Penataran yang diselenggarakan ini pada hakekatnya semata-mata untuk kepentingan para pedagang itu sendiri.

Keberhasilan usaha mempertahankan status pasar yang baik adalah berkat kerja keras kepala PD. Pasar Jaya dalam manage orang-orang yang bertanggung jawab dalam bidang yang bertanggung-jawab dalam bidang yang diembankan kepadanya. Oleh sebab itu pembagian tugas yang di bebaskan kepada stafnya turut berperan dalam memantau masalah yang di hadapi. Dengan demikian tidak mungkin ada masalah yang tidak termonitor dengan baik. Hal ini merupakan salah satu sifat pembaharuan yang dilakukan dan ternyata berhasil baik.

Pembinaan yang dilakukan terhadap para pedagang ternyata berdampak positif. Hal ini misalnya terhadap para pedagang ternyata berdampak positif. Hal ini misalnya akan terlihat pada pola pengaturan barang dagangan, bahkan pada saat ini lokasi pedagang yang menjajakan barang yang sejenisnya berada pada satu lokasi. Tentu saja keadaan ini selain terlihat rapi juga memudahkan pembeli dalam berbelanja. Mereka tidak perlu mencari cari ada dimana barang yang akan dibeli itu dijual. Akibatnya masyarakat yang dalam hal ini disebut sebagai konsumen bisa menggunakan waktu sebaik-baiknya dalam berbelanja, tanpa harus bolak balik tidak karuan mencari barang

yang diperlukan.

Dengan kata lain dapat di utarakan di sini bahwa pada dasarnya pembangunan fisik Pasar Cempaka Putih ternyata juga harus di barengi dengan pembangunan non fisik yang dalam hal ini menyangkut mental pedagang dan karyawan PD Pasar Jaya dalam kedudukannya sebagai pengelola pasar. Dalam kaitannya dengan pembangunan non fisik, perubahan mencolok pada diri pedagang sudah nampak, seperti berhasilnya beberapa pembinaan yang dilakukan, sedangkan bagi karyawan PD, Pasar Jaya masih perlu diadakan peningkatan dalam penegakan disiplin terutama yang berkenaan dengan masalah keuangan hasil pungutan dari para pedagang.

Selanjutnya berbicara mengenai modal yang merupakan masalah utama dalam sistem perdagangan pada umumnya. Sejalan dengan pesatnya pembangunan disegala bidang termasuk dalam sitem ekonomi, maka para pedagang bisa memanfaatkan pelayanan jasa bank. Mereka ini termasuk pedagang besar, sedangkan pedagang kecil biasanya menggunakan modal baik berasal dari diri sendiri maupun orang lain. Modal yang dipinjam dari orang lain ini bisa berupa uang atau barang perhiasan. Yang apabila pinjaman berupa barang perhiasan maka kelak harus dikembalikan dalam bentuk perhiasan pula. Modal lain yang didapat berasal dari para lintah darat yang banyak beroperasi di pasar-pasar.

Perkembangan pasar yang ditandai dengan makin banyaknya orang berbelanja juga menyebabkan tumbuh dan berkembangnya para pedagang yang tidak resmi sifatnya. Mereka ini kadang-kadang kedatangannya mengganggu ketertiban umum tetapi kadang-kadang diharapkan oleh orang yang enggan masuk pasar karena barang yang di cari tidak seberapa dan kebetulan ada pedagang tadi. Kontradiksi semacam ini merupakan dampak dari pembangunan pasar yang sulit untuk dicari pemecahannya. Namun demikian, para pedagang tidak resmi ini (disebut kaki lima) ternyata mampu meningkatkan kesejahteraan keluarga. Oleh karena itu walau keberadaan mereka menimbulkan masalah tetapi operasionalisasi perdagangan mereka jalan terus. Hal ini disebabkan oleh kemampuan yang mereka miliki sangat terbatas sehingga pekerjaan halal yang bisa dilakukan adalah menjadi pedagang kaki lima tersebut.

Disisi lain, terlihat adanya kecenderungan pada lapisan menengah kebawah untuk lebih sering berbelanja di pasar tradisional di bandingkan dengan pasar swalayan. Hal itu terjadi, karena fungsi pasar tradisional sebagai tempat berbelanja sehari-hari sehingga berbelanja di pasar ini merupakan keharusan bagi lapisan ini. Kebutuhan berbelanja ini mengingat penghasilan keluarga hanya cukup berbelanja di pasar tradisional. Dan sebagaimana diketahui bahwa pasar tradisional, terdapat bentuk tipikal percampuran harga, yakni tawar menawar. Tawar menawar ini cenderung untuk memberikan jalan kepada penetapan harga yang lebih distandarisasikan (Smelser : hal

160- 161). Sehingga harganya barang-barang dapat lebih murah atau lebih miring. Dengan demikian, tindakan atau perilaku konsumen tersebut lebih didasarkan pertimbangan rasional.

Sistem tawar menawar yang ada di pasar tradisional ini menciptakan hubungan timbal balik antara konsumen dan penjual. Peranan komunikasi sebagai salah satu jenis interaksi antara pembeli dan pedagang dapat mewujudkan sarana yang saling mempengaruhi. Sedangkan pendorong terjadinya interaksi tersebut adalah adanya kebutuhan dan tujuan yang akan dicapai baik itu oleh pembeli sendiri maupun penjual/pedagang. Kebutuhan bagi pembeli adalah pemenuhan kebutuhan hidup sehari-hari, seperti pangan dan bagi pedagang adalah usaha untuk menarik pembeli agar mau membeli barang-barang nya.

Walaupun berbelanja di pasar swalayan bukan keharusan bagi konsumen, namun pasar swalayan tetap mereka butuhkan. Pasar swalayan bagi konsumen lebih ditujukan untuk belanja barang-barang kebutuhan rumah tangga untuk jangka waktu tertentu. Kondisi pasar swalayan yang nyaman, bersih, pelayanan yang memuaskan, dapat berbelanja dipasar tersebut. Harga yang lebih tinggi dibandingkan barang-barang yang dijual di pasar tradisional, masih dalam tahap wajar.

Sesungguhnya kondisi pasar swalayan yang tetap dikunjungi konsumen dimungkinkan karena adanya fungsi lain di pasar swalayan yang tidak terdapat di pasar tradisional, yakni bahwa konsumen selain dapat berbelanja untuk memenuhi kebutuhan tapi juga dapat berekreasi bersama anak dan suami. Tidak seperti di pasar tradisional, dimana yang berbelanja biasanya adalah ibu, anak atau pembantu tanpa bersama-sama sebagai satu keluarga. Sehingga dapat dikatakan pemilihan pasar swalayan sebagai tempat berbelanja bukan lagi suatu kegiatan santai yang menyenangkan bersama keluarga terutama sekali bila memiliki kumpul bersama keluarga yang terbatas.

Namun terlepas dari hal tersebut, kondisi pasar swalayan memang ditujukan bagi lapisan menengah keatas ini. seperti diketahui bahwa setiap kelas atau golongan status sosial ekonomi tertentu memberikan kesempatan-kesempatan atau fasilitas-fasilitas hidup yang tertentu bagi warganya. Selain itu, kelas juga dapat mempengaruhi gaya hidup dan perilaku masing-masing warganya (Soerjono Soekanto : hal 230).

Bagi mereka yang berada pada lapisan menengah ke bawah ini untuk dapat memiliki gaya hidup yang sama dengan gaya hidup lapisan diatasnya dibutuhkan pengeluaran yang cukup banyak dan waktu yang cukup lama, karena mereka harus menyesuaikan diri dahulu pada kebiasaan-kebiasaan lapisan atas tersebut. Pasar tradisional dianggap sebagai pasar yang dapat di masuki oleh semua lapisan masyarakat, namun lebih khusus pada mereka yang berada pada lapisan menengah kebawah. Sedangkan pasar swalayan lebih pada lapisan menengah keatas. Dimungkinkan

penilaian ini didasari kesadaran individu akan keberadaannya relatif dalam kelompok sosial. Adanya persamaan perbedaan mereka dengan anggota kelompok lainnya, menyadarkan mereka untuk lebih memilih tempat perbelanjaan yang sesuai dengan keuangan mereka.

Kesadaran bahwa pasar swalayan sebagai tempat belanja bagi mereka yang berada pada lapisan diatasnya dapat terlihat dari penampilan mereka bila berbelanja di pasar swalayan. Sebagaimana kita ketahui bahwa individu dalam interaksinya dengan masyarakat, juga terdapat pengaruh perasaan, sikap dan tingkah laku memungkinkan bagi mereka untuk berpakaian secara tidak rapih dan tidak baik sebagaimana bila mereka berbelanja di pasar tradisional.

Cara mereka untuk lebih memperhatikan penampilan mereka, misalnya melalui pakaian atau dadanan dan perhiasan perhiasan pribadi lainnya adalah usaha mereka untuk menyajikan dirinya agar diterima dengan orang yang berbelanja dipasar swalayan tersebut, serta sebagai bentuk usaha untuk menyesuaikan diri dengan kebiasaan-kebiasaan lapisan menengah keatas. Dengan kata lain, adanya usaha untuk menyajikan diri dalam pakaian, dadanan, tata rambut, serta perhiasan-perhiasan pribadi lainnya (Kamanto Sunanto, 1985 : hal 123) merupakan apa yang disebut dengan " demonstrasi effect".

Status (bekerja tidaknya) responden, cukup berperan dalam menentukan sikap berbelanja dipasar tradisioanal atau dipasar swalayan. Kaitannya dengan itu tampak adanya perubahan sosial didalam masyarakat khususnya wanita. Semakin tinggi jenjang pendidikan yang diraihnya cukup mempengaruhi kaum wanita memasuki pasar kerja. Dikota-kota besar khususnya Jakarta yang mengarah pada industrialisasi dan komersialisasi memungkinkan wanita tidak sepenuhnya berorientasi pada fungsi rumah tangga seperti mengatur rumah. wanita sudah berorientasi kepengembangan pribadi dan karier. Namun demikian seorang ibu rumah tangga dan pencari nafkah (berperan ganda) harus memenuhi tugas sebagai ibu rumah tangga dan menjadi di harapkan menjalankan peranannya sebagai seorang istri dan sekaligus sebagai pencari nafkah.

Responden yang bekerja karena kurang memiliki waktu yang cukup untuk berbelanja di pasar tradisional memungkinkan mereka cenderung lebih sering berbelanja di pasar swalayan, yang dapat di lakukan sepulang kerja baik sore hari atau malam hari.

Dengan demikian para ibu yang bekerja, frekuensi berbelanja di pasar swalayan lebih sering dibandingkan pasar tradisional. Berarti berbelanja di pasar bukanlah suatu keharusan bagi mereka.

Bagi mereka yang bekerja lebih banyak mengungkapkan kekurangan dari pasar tradisional, yakni saran yang tidak memenuhi persyaratan, misalnya becek, tidak bersih

dan sebagainya. Sedangkan para ibu yang tidak bekerja menyadari bahwa pasar tradisional dapat dimasuki oleh semua lapisan masyarakat, namun lebih ditekankan bagi lapisan menengah kebawah.

Penilaian lain terhadap pasar swalayan pada mereka yang bekerja melihat bahwa berbelanja di pasar tersebut dapat menghemat waktu, pelayanan yang memuaskan serta kelengkapan barang dan tersedianya barang dengan mutu yang baik. Hal tersebut bisa dimengerti mengingat bahwa mereka yang bekerja kurang memiliki waktu yang cukup banyak untuk berbelanja di samping masih banyak kegiatan rumah tangganya yang mendesak untuk diselesaikan. Sedangkan mereka yang tidak bekerja berkecenderungan mengatakan bahwa pasar swalayan merupakan pasar bagi lapisan menengah keatas, dan lebih tertarik pada kondisi fisik pasar swalayan yang menjamin kebersihan, kenyamanan, dekorasi dan sebagainya.

Semua itu cukup menjelaskan adanya perubahan pola pemikiran masyarakat, dalam hal ini timbulnya pemikiran mengenai segmentasi pasar yaitu pembedaan pasar menurut golongan pembeli, kebutuhan pemakai, tujuan pembelian dan sebagainya. Pembangunan Pasar Cempaka Putih pada hakekatnya menimbulkan dampak baik yang bersifat positif maupun negatif, para pedagang dan masyarakat sekitarnya. Tak ketinggalan pula bagi karyawan PD. Pasar Jaya.

Dampak positif bagi para pedagang adalah terjadinya perubahan pola pikir dalam berdagang, semula mereka hanya mengandalkan naluri tapi kini mereka berpikir rasional untuk bisa menarik minat pembeli. Usaha kearah itu misanya mereka rajin mengikuti penataran yang diadakan, menata dagangan dengan rapi, menjaga penampilan diri, menjaga kebersihan lingkungan berdagang dan lain-lainnya. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan pedagang adalah bertambahnya pedagang kaki lima yang dalam hal ini merupakan saingan mereka. Oleh karena itu keadaan semacam ini harus segera diantisipasi.

Bagi para karyawan, pembangunan pasar menuntut kesiapan kerja dan kedisiplinan diri sendiri dalam rangka penyelesaian tugas. Akhirnya bagi masyarakat sekitar, pembangunan fisik pasar dirasakan memiliki pengaruh yang baik, terutama dalam masalah kebersihan lingkungan, pelayan dan kemudahan untuk memperoleh barang yang dibutuhkan karena pasar buka dua puluh empat jam.

Dengan demikian tenaga, waktu dan dana dapat digunakan seefektif dan seefisien mungkin. Kondisi ini juga didukung oleh lokasi pasar yang strategis dan sarana transportasi yang cukup memadai.

Dari gambaran dan uraian diatas uraian diatas dapat di simpulkan bahwa pasar yang semula harga merupakan arena pertemuan dari berbagai warga masyarakat, mengalami perkembangan yang signifikan bagi masyarakat yang meliputi ekonomi,

sosial dan budaya.

Berdasarkan kajian diatas pada akhirnya kami ingin menengahkan masukan-masukan yang berupa saran khususnya dikalangan keluarga masyarakat Pasar Cempaka Putih umumnya masyarakat di wilayah kelurahan Cempaka Putih Barat maupun pihak terkait.

Pengaruh masa-masa lalu seperti hidup dalam bermanja-manja, gaya santai cenderung menghambat mental yang masih terlihat hingga kini perlu mengalami perubahan meskipun tidak secara mendadak. Hal ini mengingat bahwa situasi tidak memberikan kelonggaran bahkan memaksakan kita untuk hidup dengan pola kebudayaan kerja keras. Disisi lain terus memupuk dan membina pemikiran hubungan manusia dan meningkatkan pemikiran hubungan manusia dengan alam lingkungan. Dengan demikian alam dan lingkungan akan selalu memberikan manfaat yang optimal untuk kehidupan kita sepanjang masa. Tidak dapat disangkal lagi bahwa telah tiba saatnya bagi para pedagang yang relatif kurang menguasai bidangnya untuk lebih meningkatkan pengembangan ekonomi, teknologi dan ilmu pengetahuan. jika tidak menginginkan ketinggalan dengan suku bangsa lainnya dalam aneka bidang kehidupan termasuk sistem berdagang.

Kehadiran mereka dalam membangun ekonomi yang di dukung oleh teknologi dan pengetahuan itu berarti pula masyarakat melaksanakan akulturasi modern. Dengan akulturasi itu masyarakat berkembang, memperkaya diri dengan pengaruh unsur-unsur dari luar, namun demikian tiada mengurangi ataupun kehilangan identitasnya.

Sehubungan itu, menurut hemat kami mereka perlu diberi pengetahuan bahwa mata pencaharian sambilan yang dapat mereka lakukan tidak hanya yang telah ada dan dikerjakan oleh teman-temannya. Akan tetapi, mereka dapat mengusahakan yang lain, seperti kerajinan, pertukangan dan sektor lainnya.

Perubahan dan peningkatan cara serta orintasi hidupnya itu akan menambah wawasan dalam segala aspek kehidupan. Dengan itu sudah tentu mereka tidak lagi memandang hasil-hasil yang mereka capai merupakan karya yang terbaik. Perasaan terbaik yang melahirkan rasa cepat puas diri terhadap prestasi yang berhasil diraih itu bila dibandingkan dengan kemajuan suku atau bangsa lain, mereka masih jauh dibarisan belakang. Oleh sebab itu mereka mau memiliki semangat belajar memperbaiki kelemahan dan kekurangan agar dapat menjadi warga masyarakat yang terkemuka dalam bidangnya.

Untuk menunjang terwujudnya cita-cita luhur itu kecenderungan sikap kritis emosional tidak jarang bersifat negatif sinis terhadap gagasan atau ide yang berasal dari arah manapun. Dan biasanya muncul sikap apriori, rasa paling benar dan gampang curiga terhadap gagasan-gagasan dan prioritas seseorang atau kelompok lain. Disamping juga kurang menghargai karya dan prestasi-prestasi individu atau kelompok lain yang

memang perlu dihormati. Lebih-lebih bila dirasakan cukup menyentuh kebudayaan pasar.

Dalam usaha peningkatan hasil dagangannya dan kaitannya dengan pola pendistribusian, dipadang perlu adanya bantuan sarana dan prasarana, terutama pengerasan lantai pasar, merehap bangunan pasar dan bila perlu merubah bentuk menjadi bertingkat dan perluasan jalan. Disamping itu juga dibutuhkan peningkatan bimbingan dan penyuluhan dalam pola produksi terutama dalam teknik berdagang yang meliputi pengadaan barang, merawat dan proses distribusi. Meskipun para pedagang telah memiliki kemampuan dan setumpuk pengalaman yang diwariskan dari generasi ke generasi. Hal ini penting, karena Wilayah Cempaka Putih adalah daerah perkotaan, sehingga harus ditingkatkan segi-segi peradabannya, pendidikannya serta kesejahteraannya, agar tidak ketinggalan dengan daerah perkotaan lainnya. Dalam hal ini sudah tentu memerlukan pengarahan dan pengawasan secara berkesinambungan dari pihak pemerintah dari terhadap realisasi Pasar Inpres (Tradisional) ini cukup bersaing dengan pasar swlayan.

Dengan memikirkan masa depan masyarakat pasar Cempaka Putih serta perannya dalam pembangunan nasional, diperlukan pengkajian secara jelas antara segi yang positif dan negatif dari budaya dan adat istiadat sehingga dapat ditentukan nilai-nilai budaya tertentu yang harus dilestarikan untuk dijadikan pedoman hidup masyarakat secara luas dalam mengejar kehidupan dewasa ini yang serba maju dan untuk menghadapi kehidupan di masa yang lebih indah.

Demikianlah harapan kami agar masyarakat pasar dan lingkungannya di wilayah kelurahan Cempaka Putih Barat Kecamatan Cempaka Putih sebagai dampak ekonomi pasar kelak dapat menunjukkan kemampuannya sebagai panutan, masyarakat modern, masyarakat pembangunan, yang memiliki sifat-sifat rasional, efisien, tekun, hemat, disiplin tinggi, tanggap terhadap perubahan, percaya pada diri sendiri, berpandangan jauh kedepan dan sebagainya.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Assauri, Sofjan SE.MBA, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta, Rajawali Press, 1990.
- Belshaw, Cyril S, *Tukar Menukar Tradisional dan Pasar Modern*, terj. Soebyanti, Jakarta, 1981.
- Berger, Peter L, *Humanisme Sosiologi*, terj. Daniel Dhakidae, Jakarta, Inti Sarana Aksara, 1985.
- Chandradhy, Dwyono, *Strategi-Strategi Pemasaran Di Indonesia* Jakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1984.
- Evers, Hans-Dieter (Penyunting), *Teori Masyarakat: Proses Peradaban Dalam Sistem Dunia Modern*, Jakarta : Yayasan Obor Indonesia, 1988.
- Engel, James F et al, *Consumer Behavior*, Illinois, The Dryden Press, 1968.
- Foster, D.W. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Seri Manajemen, Jakarta Erlanga, 1985.
- Geest, Clifford, *Penjaja dan Raja*, diterj. oleh Supomo, Jakarta, Yayasan obor Indonesia 1989.
- Giddens, Antony, *Kapitalisme Dan Teori Sosial Modern*, diterj. oleh DR Nugroho Natosusanto, Jakarta, UI press, 1985.
- Horton, Paul B dan Chester L Hunt, *Sociology*, USA : McGrawHill Book Company, 1980.
- Ihrom, T.O (edit), Para Ibu Yang Berperan Tunggal dan Yang Berperan Ganda, *Laporan Penelitian*. Jakarta : Lembaga Penerbitan FE-UI, 1990.
- Jhonson, Allan G (ed), *Human Arrangement*, Florida, Harcourt Brace Jovanovich, Inc, 1986
- Jhonson, Doyle Paul, *Teori Sosiologi Klasik dan Modern Jilid 1 & 2*, diterj. oleh M Z. Robert Lawang, Jakarta, PT Gramedia, 1986.
- Kotler, Philip, *Marketing Management : Analysis Planning and Control, New Delhi*, Prentice Hall of India, 1978.
- Kotler, Philip, *Marketing Jilid 1*, terj. Herujati Purwoko, Jakarta : erlangga, 1987.
- Koentjaraningrat, *Metode-metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, PT Gramedia, 1989.
- Kennedy, Robert E, Life Choices : *Appying Sociologi*, 1986.
- Malo, Manasse et al, *Metode penelitian sosial*. Jakarta; PT Karunika, 1986.

- Mangkunegara, Drs A.A Anwar Prabu, *Perilaku Konsumen*, Bandung, PT Eresco, 1988.
- Manullang, M, *Pengantar Ekonomi Perusahaan*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 1988
- Reynold, Fred D dan William D Wells, *Consumer Behavior*, USA : McGraw Hill Book Company, 1970.
- Roucek, J.S, *Pengendalian Sosial*, disadur Soerjono soekanto : CV Rajawali, 1987.
- Singarimbun, Mesri (et.al), *Metode Penelitian Survey*, Jakarta, LP3ES, 1989.
- Smelser, J, *Sosiologi Ekonomi*, diterj. oleh A Hasyim Ali, Jakarta, Wira Sari, 1990.
- Soekanto, Soerjono, *Sosiologi Suatu Pengantar*, Jakarta, CV. Rajawali, 1987.
- Stanto, William J, *Prinsip Pemasaran Jilid I*, diterj. oleh Yahnes Lamarto, Jakarta, Erlangga, 1991.
- Soemardjan, Selo dan Soelaeman Soemardi, *Setangkai Bunga Sosiologi*, Jakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Indonesia, 1964.
- Swastha, Basu dan T Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta, Liberty, 1982.
- Tumin, Melvin M, *Social Stratification : The Form And Function of Inequality*, New Jersey, Prentice- Hall, Inc, 1967.
- Turner, Ralph H, *Family Interaction*, Los Angeles, Jhon Wiley & Sons Inc, 1970.
- Wolf, Eric R, Petani : *Suatu Tinjauan Antropologis*, diterj. oleh Yayasan Ilmu Sosial, Jakarta, 1985.
- Walter, C Glen Phd, *Consumer behavior : Theori and practice*, Illinonis, Richard D Irwin, Inc 1974.
- Wallendor, Melanie dan Gerald Zaltman, *Consumer Behavior : Besic Finding and Management Implications*, United states of America, Jhon willey & Sons, 1979.
- Weber, Max, *Economy And Society*, edited by Geutherroth & Claa Wittch, University of California, 1978.
- Winardi, Prof. Dr S.E, *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Bandung, Mandar Maju, 1991.
- Widjaja, Drs A.W (ed), *Manusia Indonesia : Individu, Keluarga dan Masyarakat*,

- Jakarta, Akademika Pressindo, 1986.
- West, Alan, *Perdagangan Eceran Seri Manajemen*, Jakarta, PT Pustaka Binaman Pressindo, 1992.
- Veeger, K.J, *Realitas Sosial*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 1990.
- Zanten, Win Van, *Statistik untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Jakarta, PT Gramedia, 1982.
- Zanten, Vander, *Sociologi*. New York, John Wisley and Sons Inc 1979.

Makalah

- Herbowo, "Kebijakan pemerintah DKI Jakarta Dalam Rangka pengendalian Sarana perdagangan Eceran (Retail Outlet) di Daerah Khusus Ibukota Jakarta", makalah (prasarana disampaikan dalam Seminar Sehari, Jakarta, 1991).
- Tambunan, Mangara. "Mencari Bentuk Hubungan Keterkaitan pasar Modern dan pasar Tradisional", makalah (prasarana di sampaikan dalam Seminar Sehari, Jakarta, 1991).

Koran dan Majalah

- Harian Bisnis Indonesia, 22 April 1991.
- Harian Bisnis Indonesia, 3 Juli 1991
- Jurnal Penelitian Sosial, No 7 Juli 1978
- Jurnal Sosiologi, Vol 3 tahun 1991
- Kompas, 12 Oktober 1991
- Majalah Manajemen, 1982
- Suara Karya, 26 September 1991
- Suara Karya 2 September 1991
- Prisma, No 7 tahun 1987
- Warta Ekonomi, September 1991
- Widypura, No 3 September 1980
- World Develoment, vol 6 tahun 1978



Foto 1.
Kantor Camat Cempaka Putih



Foto 2.
Kantor Lurah Cempaka Putih Barat



Foto 3.

Jalan Menuju Pasar Inpres Cempaka Putih
Serta Alat Transportasi



Foto 4.

Pasar Cempaka Putih Dengan mobil Dinas Keliling



Foto 5.

Jalan Pemisah Antara Pertokoan
Dan Pasar Inpres Cempaka Putih



Foto 6.

Komplek Pertokoan Cempaka Putih
Yang Berdampingan Dengan Pasar Inpres Cempaka Putih



Foto 7.

Perdagangan Sayur Pada Saat Diturunkan Dari Mobil

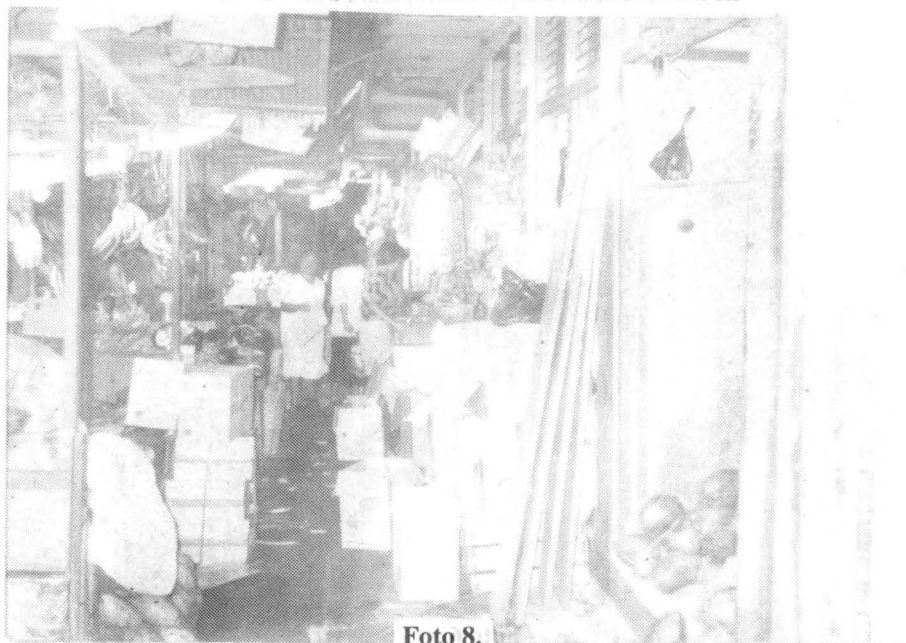


Foto 8.

Perdagangan Sayur Setelah Didistribusikan
Ke Pedagang Kecil

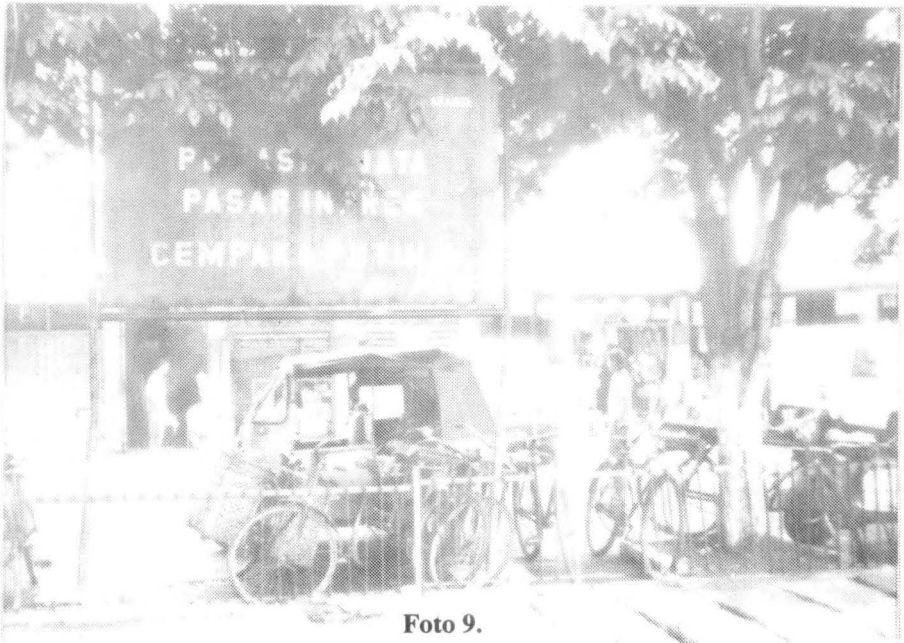


Foto 9.

Alat Pengangkut Dagangan Para Pedagang
Di Pasar Inpres Cempaka Putih

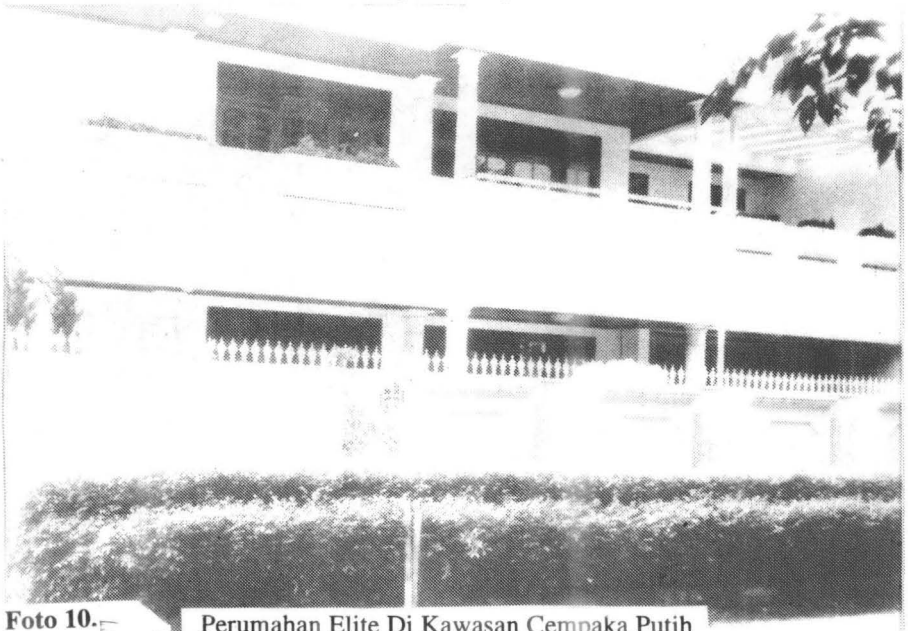


Foto 10. Perumahan Elite Di Kawasan Cempaka Putih
Yang Penghuninya Sebagai Konsumen
Di Pasar Inpres Cempaka Putih



Foto 11.
Koperasi Pedagang Pasar Cempaka Putih



Foto 12.
Keranjang Ayam Sebagai Wadah
Untuk Mendistribusikan Ayam
Keseluruh Wilayah DKI Jakarta

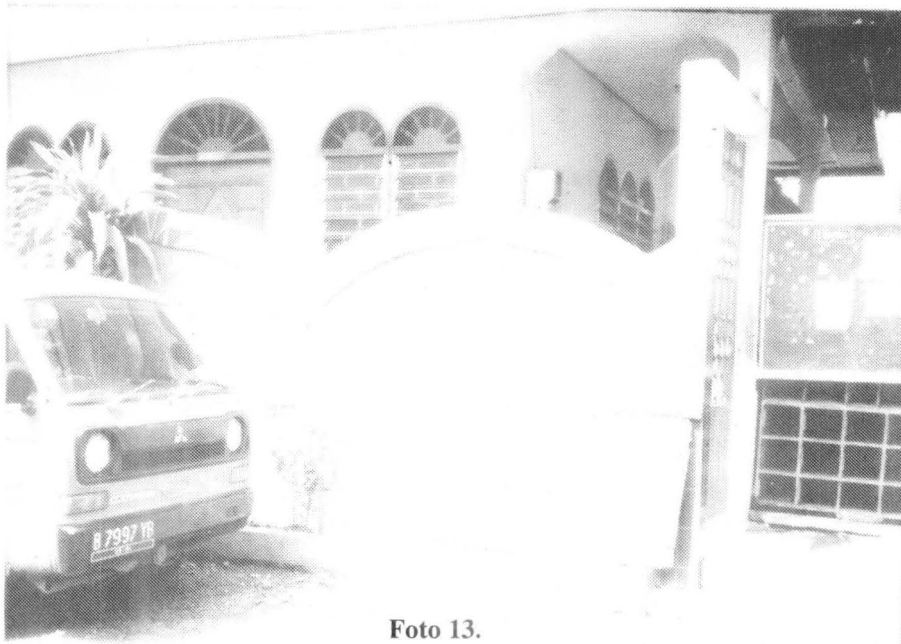


Foto 13.

Mushalla Salah Satu Sarana Pelengkap
Pasar Inpres Cempaka Putih

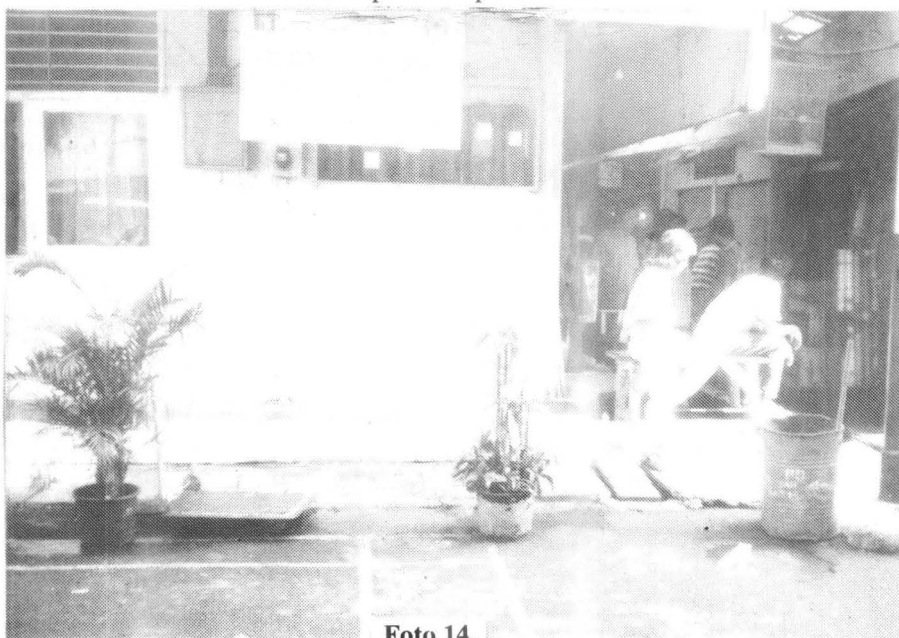


Foto 14.

Poliklinik Salah Satu Sarana Kesejahteraan
Di Pasar Inpres Cempaka Putih



Foto 15.

WC Yang Sudah Tua Tapi Tetap Terawat



Foto 16.

Peletakan Alat- Alat Yang Kurang Pada Tempatnya
Menyebabkan Los Pasar Menjadi Sempit



Foto 17.

Suasana Berbelanja Dipasar Inspres Cempaka Putih



Foto 18.

Los Pasar Yang Sarat Dan Perlu Diperbaiki

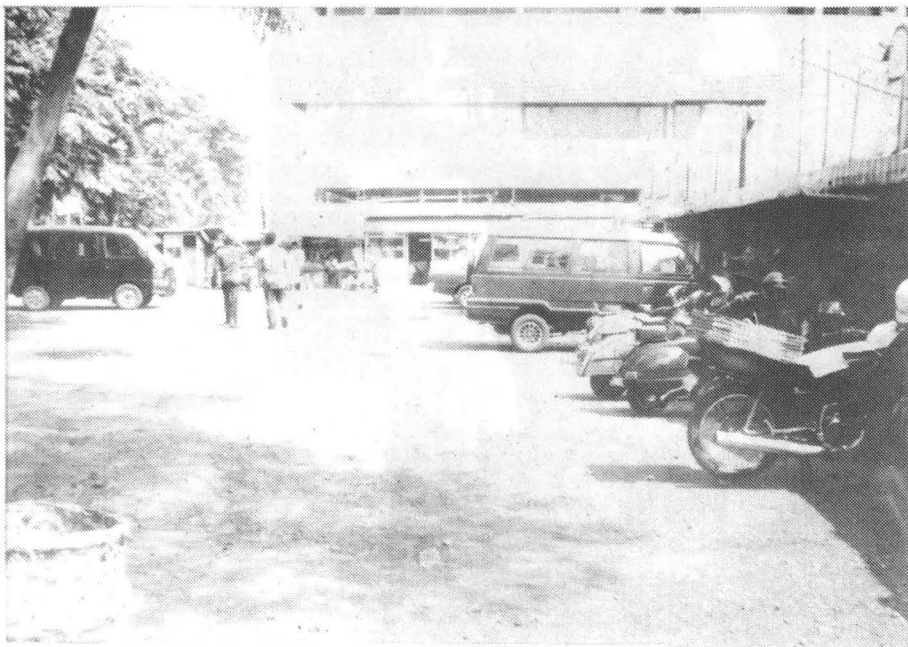


Foto 19.

Halaman Parkir Pasar Inspres Cempaka Putih Saat Sepi

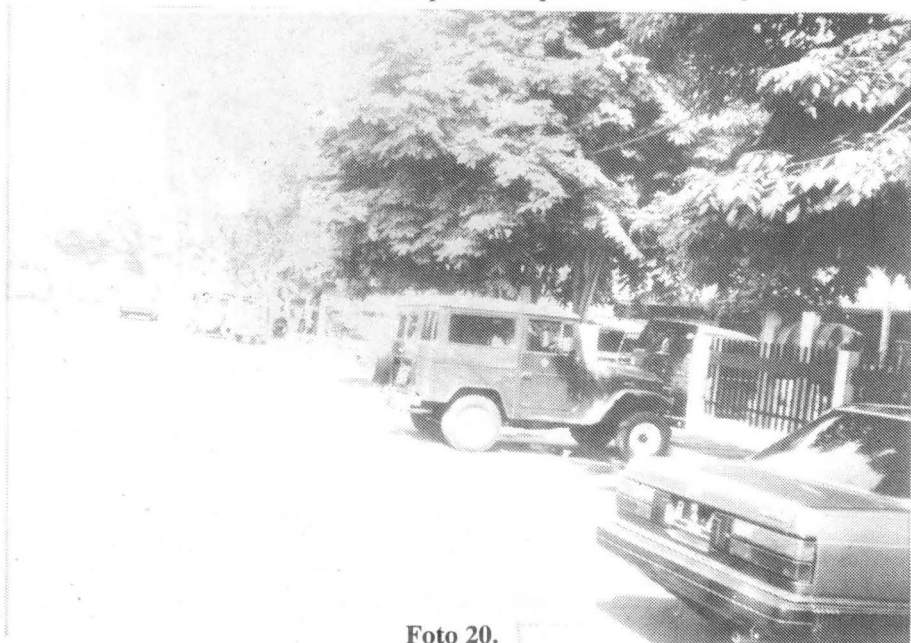


Foto 20.

Trotoar Jalan Yang Digunakan Sebagai Tempat Parkir
Pengunjung Pada Saat Pengunjung Penuh

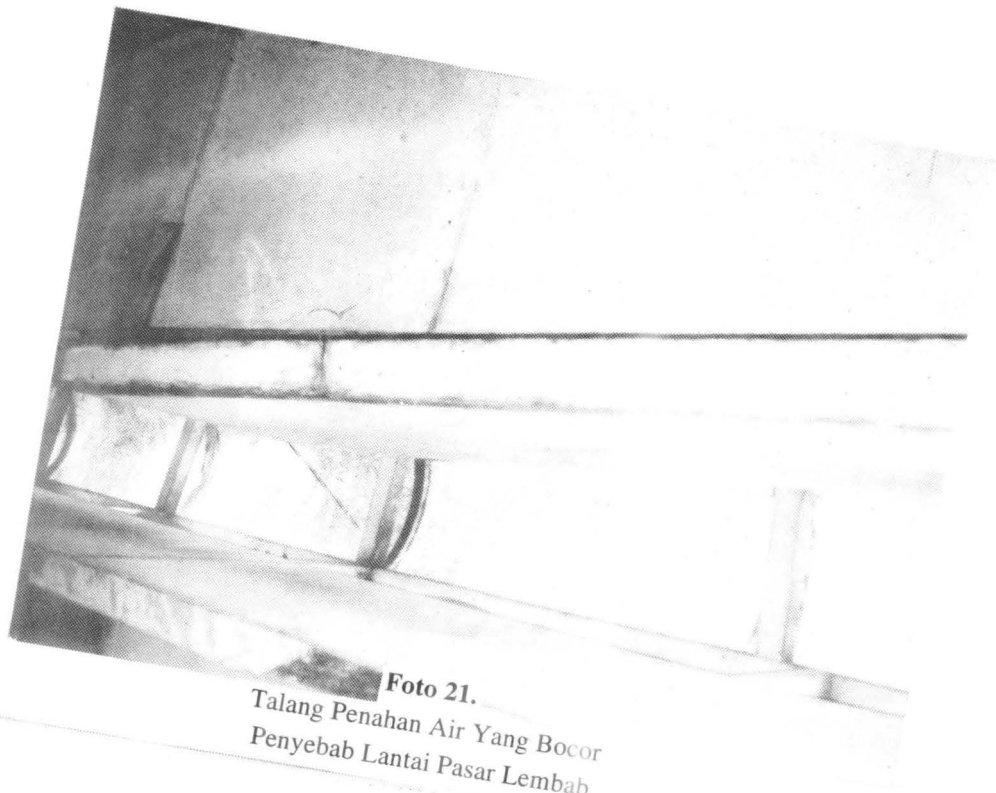


Foto 21.
Talang Penahan Air Yang Bocor
Penyebab Lantai Pasar Lembab



Foto 22.
Bak Sampah Tempat Penampungan Sampah
Para Pedagang



Foto 23.

Keadaan Lantai Pasar Yang Lembab Dan Sarat

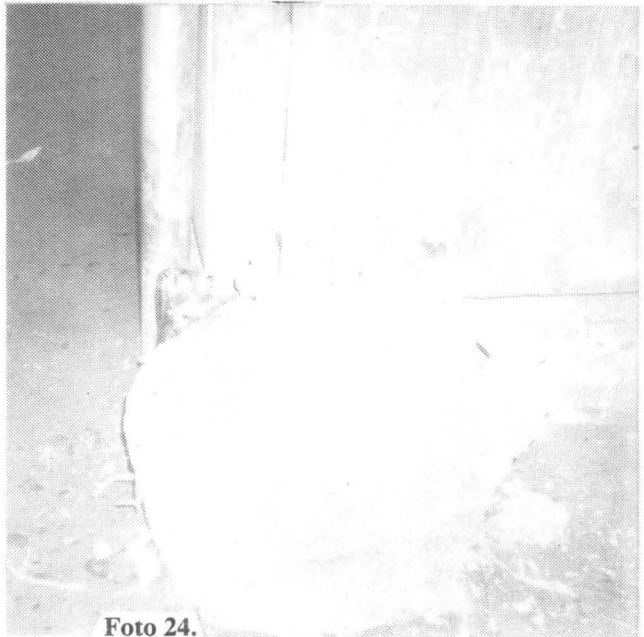


Foto 24.

Tumpukan Sampah Para Pedagang Sebelum Di angkut
Ke Bak Sampah

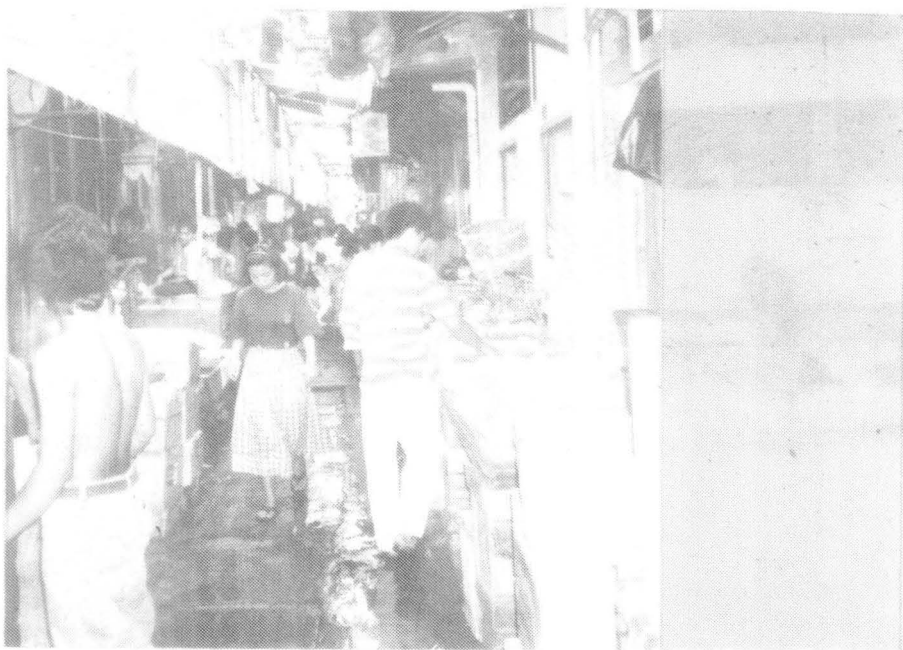


Foto 25.

Suasana Perdagangan Di Pasar Inspres Cempaka Putih

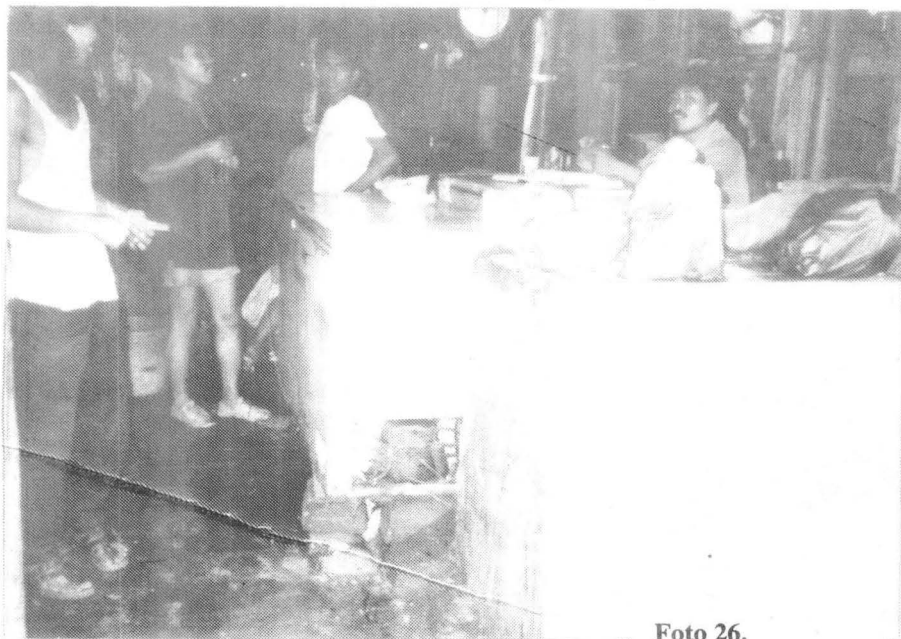


Foto 26.

Suasana Jual Beli. "Daging Segar
Di Pasar Inspres Cempaka Putih

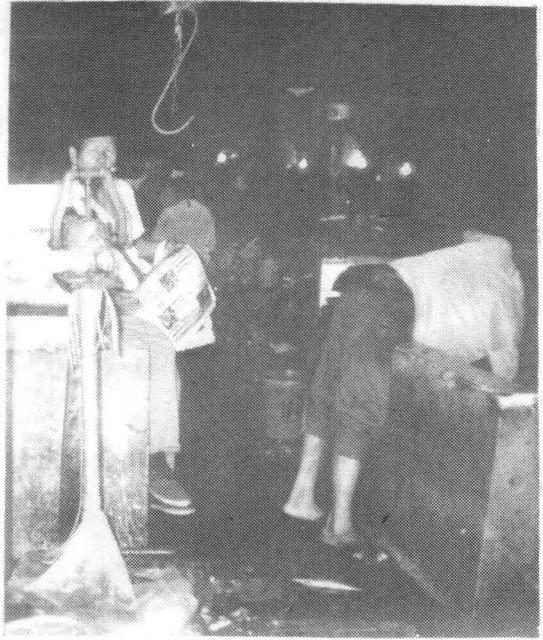
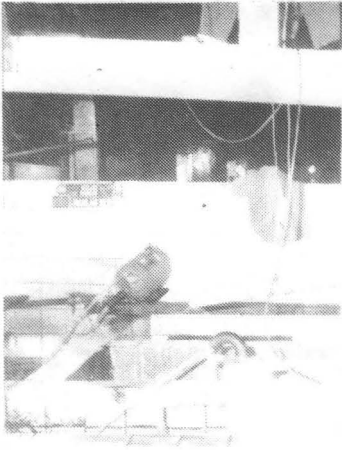


Foto 27.

Suasana Jual Ikan Segar Di Pasar Inspres Cempaka Putih



Foto 28.

Tumpukan Tempurung Kelapa
Yang Menghambat Jalan Masuk



Foto 29. Pemandangan Perdagangan Ayam Di Pasar Inspres
Cempaka Putih Yang Merupakan Perdagangan Grosir
Untuk Kebutuhan Seluruh DKI Jakarta



Foto 30.
Penataan Pasar Yang Kurang Rapi
Menyebabkan Rasa Enggan



Foto 31.

Slogan Kebersamaan Dipasar Inspres Cempaka Putih



Foto 32.

Wajah Ceria Menanti Pembeli

